



UNIVERSIDAD CÉSAR VALLEJO

# **FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**

## **ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año  
2017

### **TESIS PARA OBTENER EL TÍTULO PROFESIONAL DE LICENCIADA EN ADMINISTRACIÓN**

#### **AUTORA**

Gómez Rodríguez Emily Freysi

#### **ASESORES**

Mg. Aguilar Aragón Nancy Deifilia

MBA. Quiroz Veliz Luis

#### **LÍNEA DE INVESTIGACIÓN**

Planificación

**TRUJILLO – PERÚ**

2017

## **Página del Jurado**

---

Mg. Nancy Aguilar Aragón

Presidenta

---

Dr. Luz Baltodano Nontol

Secretaria

---

Mg. Yuri Calua Arroyo

Vocal

## **Dedicatoria**

A Dios por permitirme llegar a este momento tan especial en mi vida. Por los triunfos y los momentos difíciles que me han enseñado a ser perseverante cada día más.

A mis padres Alex y Marleny, a quienes les debo todo lo que soy, por tanto amor y comprensión que me han brindado, por haberme encaminado bien mediante sabios consejos y valores. Esto es para Uds. porque no sólo me ha costado a mi lograrlo sino porque Uds. pese a todo y superando todo siguen a mi lado siendo mi más grande ejemplo de amor, fortaleza y perseverancia.

A mi hermanita Naomi por ser mi mayor motivación para esmerarme a ser mejor cada día, porque dentro de toda esta etapa con su gran amor me acompañó para no me sentirme sola en ningún momento.

A mi hermana Alexandra porque siempre se ha esmerado por ser mi mejor ejemplo, porque estuvo junto a mi compartiendo sus conocimientos en largas madrugadas, porque siempre me dijo: “Tu puedes, hazlo”.

A mis abuelitos Bertha, Demetrio, Idelsa y Alberto, quienes son mis segundos padres, porque me han enseñado mucho en este camino, siempre me han transmitido su sabiduría en consejos e historias que me han servido de mucho para poder llegar hasta aquí.

## **Agradecimiento**

En primer lugar, agradezco mi Padre Celestial por haberme acompañado y guiado durante toda esta hermosa experiencia universitaria, por ser mi fortaleza en todo momento.

A mis padres Alex y Marleny por su infinito amor, porque me han apoyado de manera incondicional en cada etapa de mi vida, porque siempre han estado ahí para darme la mano y no dejarme vencer.

A mis hermanas Alexandra y Naomi porque con su amor, sonrisas y apoyo constante no me dejaron rendir.

A José por brindarme comprensión y apoyo en todo momento, por siempre ayudarme a encontrar una solución a cada obstáculo que se me presentó y porque me ayudó a encontrar la calma en momentos de angustia.

A Paola, Daleishka y Karen porque siempre me brindaron apoyo de la manera en que pudieron, han estado en los momentos más difíciles y buscaron las mil y un formas de no dejarme desistir.

A mi estimada Mg. Nancy Aguilar, por brindarme sus conocimientos y apoyo constante.

A mis profesores: Luis Quiroz, Miguel Pinglo y Patricia Barinotto por brindarme sus conocimientos y su apoyo desinteresado.

A Loida Vilca, porque junto a ella no sólo compartí conocimientos, sino que aprendí que en la vida Dios toma por instrumentos a sus hijos para demostrarnos que no estamos solos, gracias hermana, formas parte fundamental de éste logro.

## **Declaración de Autenticidad**

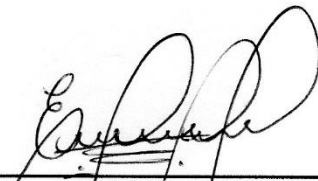
Yo Emily Freysi Gómez Rodríguez con DNI N° 70176653, a efecto de cumplir con las disposiciones vigentes consideradas en el reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo, Facultad de Ciencias Empresariales, Escuela Académico Profesional de Administración, declaro bajo juramento que toda la documentación que acompaño es veraz y auténtica.

Así mismo, declaro también bajo juramento que todos los datos e información que se presentan en la presente tesis son auténticos y veraces.

Autorizo a la universidad publicar mi investigación si así lo cree conveniente

En tal sentido asumo la responsabilidad que corresponda ante cualquier falsedad, ocultamiento u omisión tanto de los documentos como de información aportada por lo cual me someto a lo dispuesto en las normas académicas de la Universidad César Vallejo.

Trujillo, Julio del 2017.



---

Emily Freysi Gómez Rodríguez  
DNI 70176653

## **Presentación**

Señores miembros del Jurado, expongo ante ustedes la Tesis denominada Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017 con la finalidad de determinar la relación que existen entre estos, en cumplimiento del Reglamento de Grados y Títulos de la Universidad César Vallejo para conseguir el Título Profesional de Licenciada en Administración.

Esperando cumplir con los requisitos de aprobación

La autora.

## ÍNDICE

Página del Jurado .....	ii
Dedicatoria .....	iii
Agradecimiento .....	iv
Declaración de Autenticidad.....	v
Presentación .....	vi
ÍNDICE .....	vii
Resumen .....	viii
Abstrac .....	ix
I. Introducción .....	1
1.1. Realidad Problemática .....	2
1.2. Trabajos previos.....	4
1.3. Teorías relacionadas al tema .....	7
1.4. Formulación del problema.....	14
1.5. Justificación del estudio .....	14
1.6. Hipótesis .....	15
1.7. Objetivos .....	15
II. MÉTODO .....	16
2.1. Tipo de investigación.....	17
2.2. Diseño de investigación .....	17
2.3. Variables, operacionalización.....	17
2.6. Métodos de análisis de datos .....	21
2.7. Aspectos éticos .....	21
III. RESULTADOS .....	22
IV. DISCUSION.....	35
V. CONCLUSIONES .....	40
VI. RECOMENDACIONES .....	43
VII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	47
VIII. ANEXOS .....	51

## **Resumen**

La presente investigación se realizó con el objetivo de determinar la relación que existe entre el turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco en el año 2017. Esta investigación es descriptiva correlacional, no experimental y corte transversal, se aplicaron dos encuestas, una encuesta dirigida a los turistas que visitan la ciudad de Otuzco, con una muestra de 384 turistas y la segunda encuesta dirigida a los emprendedores de la ciudad de Otuzco, con un muestreo por conveniencia de 85 emprendedores. Concluyendo en que existe una correlación directa y positiva fuerte entre el turismo religioso y el emprendimiento en Otuzco, ya que mediante un análisis de ambas variables de manera conjunta se logró notar que se encuentran relacionadas debido a diversos indicadores y características que los turistas y emprendedores cuentan. Además de ello en la ciudad de Otuzco existen 07 recursos turísticos religiosos que se encuentran adecuadamente operativos, por otro lado, el emprendimiento en la ciudad de Otuzco ha ido creciendo haciendo de esta manera que los negocios se fortalezcan y permanezcan en el mercado, quedando así demostrado que a mayor flujo turístico en Otuzco mayor emprendimiento.

*Palabras clave:* Turismo, recursos turísticos, turistas, emprendimiento, emprendedor, negocio.



## **Abstrac**

The present research was carried out with the objective of determining the relationship between religious tourism and entrepreneurship in the city of Otuzco in 2017. This research is descriptive correlation, not experimental and cross-sectional, two surveys are applied, one survey Aimed at tourists visiting the city of Otuzco, with a sample of 384 tourists and the second survey aimed at entrepreneurs of the city of Otuzco, with a sampling for the convenience of 85 entrepreneurs. Concluding that there is a direct and positive strong correlation between religious tourism and entrepreneurship in Otuzco, since through an analysis of the variables of the joint way it was noted that they are found by various indicators and characteristics that tourists and entrepreneurs have . In addition to this, in the city of Otuzco there are 07 religious tourism resources that are adequately operational, on the other hand, the entrepreneurship in the city of Otuzco has made growing so that businesses are strengthened and remain in the market, thus Proven that a greater flow of tourism in Otuzco greater entrepreneurship.

*Keywords:* Tourism, tourist resources, tourists, entrepreneurship, entrepreneurs, business.

# INTRODUCCIÓN

## **I. Introducción**

### **1.1. Realidad Problemática**

Hoy el turismo a nivel mundial se produce en gran magnitud por el efecto de la religión y la tradición católica, por lo que, hombres y mujeres se desplazan a múltiples destinos turísticos para visitar santuarios e imágenes y a convivir con innumerables devotos para fortalecer su fe y otros por la necesidad de buscar ayuda para solucionar sus múltiples necesidades, amparados en su relación espiritual y la relación que irradian las innumerables imágenes dispersas por el mundo, muchas con costumbres similares y otras muy particulares las que acrecientan el éxtasis para acudir a los lugares en donde éstas se encuentran ubicadas; entre algunos países tales como el Vaticano, Roma, Israel, México entre otros.

La religión católica llega a Sudamérica gracias a las conquistas de los países oceánicos por los españoles, lo cual genera fusión diversa de manifestaciones de fe al integrarse gratitud a las divinidades acompañadas de costumbres y tradiciones mayormente de incidencia andina.

En el mega diverso territorio peruano se cultivan con mucha intensidad la fe y la devoción a imágenes religiosas tales como: El Señor de los Milagros, Santa Rosa de Lima, La Virgen de la Candelaria, La Cruz de Motupe y ocupando un lugar muy especial en nuestra región La Libertad se encuentra la Inmaculada Virgen de la Puerta ubicada en la ciudad de Otuzco, también conocida como “Capital de la Fe”.

Otuzco, es considerado como “Capital de la Fe” debido a su profunda fe religiosa a la Virgen de La Puerta; desde su fundación este lugar se relaciona con la religión católica ya que fue fundada por los padres Agustinos con el nombre de “Pueblo de la Inmaculada Concepción de Nuestra Señora de Copacabana de Otuzco”. Al paso de su historia, se celebraban fiestas religiosas entre ellas se llevaba a

cabo la celebración religiosa patronal a la Virgen de la Puerta, ésta virgen tiene una trayectoria a nivel internacional ya que fue canonizada como “Reina de la paz universal” y por todos sus milagros contados por la historia de ésta ciudad, siempre ha tenido gran acogida por turistas que llegan a la ciudad de distintos lugares del Perú e incluso países extranjeros; (Mincetur,2010, párr. 11) indica que dentro de las actividades más desarrolladas en Otuzco son las festividades religiosas y patronales.

Por otro lado los pobladores de Otuzco eran muy fervientes de fe; sin embargo al transcurso de los años, los pobladores al ver que la acogida turística iba aumentando, ellos, que en su mayoría se han dedicado y dedican a diferentes oficios como la agricultura, artesanía, panadería, costura artesanal, cocina, entre otros, vieron que mientras más turistas llegaban a visitar a la virgen más oportunidades de trabajo tenían y de esta manera sus ingresos iban aumentando, al paso del tiempo se percibe que ahora los pobladores de Otuzco ya no relacionan a la Virgen de la Puerta con fe, devoción, creencias o milagros si no como una “oportunidad de trabajo”, “más dinero”, “pequeños negocios” o simplemente tener opciones de adquirir diversos ingresos económicos, lo que ha conllevando a muchos de a emprender negocios los cuales se han fortalecido y han ido creciendo, por tal motivo es notable que el flujo turístico en esta ciudad incide de una manera directa en los pobladores.

## **1.2. Trabajos previos**

(Molina, Sevallos, Molina & Cañas, 2015) en su tesis “El ecoturismo y su incidencia en el desarrollo de iniciativas emprendedoras del municipio de Guadalupe, departamento de San Vicente” para obtener el título de Licenciados en Administración de Empresas en la Universidad Panamericana, de San Vicente – El Salvador, tipo de investigación descriptiva con una muestra de 384 personas, teniendo como instrumento un cuestionario y guía de entrevista, en donde se concluyó que:

Se determina la necesidad de implementar estrategias basadas en los resultados del análisis diagnóstico que permitan conocer la situación ecoturística del municipio. Del mismo modo propiciar de manera congruente y metodológica el potencial natural de las zonas con mayor atractivo turístico, así también impulsar el desarrollo de iniciativas emprendedoras del municipio de Guadalupe, departamento de San Vicente a través de la capacidad administrativa de la cual dispone la municipalidad, logrando la integración y organización de la comunidad en proyectos que sean viables para subsanar el alto índice de desempleo en la región.

(Gaibor, 2014) en su tesis “Análisis situacional del potencial turístico del cantón Montalvo para desarrollar una propuesta de turismo religioso local que mejore la calidad de vida de sus pobladores” para obtener el título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, de Guayaquil – Ecuador, tipo de investigación descriptiva con una muestra de 378 personas, teniendo como instrumento un cuestionario, se concluyó que:

El Cantón Montalvo posee la infraestructura y el fervor religioso para impulsar este tipo de turismo que sería de gran importancia y en

beneficio para su desarrollo socio económico, pero ésta necesita potencializarse mediante la conjunción de campañas publicitarias adecuadas que motive y genere un interés en el turista por visitar el lugar. (p. 114)

(Raju, 2016) en su tesis “Marketing de destino de turismo religioso. Estudio de Caso: El lugar de nacimiento del Buda Gautam, Lumbini Nepal”, tipo de investigación cualitativa con una muestra de 31 personas en la ciudad de Lumbini, se concluyó que:

El principal dato interesante es que los turistas visitan Lumbini, no sólo para un fin religioso, sino también por la cultura y por el patrimonio de manera significativa; esto indica que los expertos en marketing de Lumbini no deberían depender únicamente de turistas religiosos si no que deben construir una nueva estrategia para todos los demás turistas. (p.103)

(Martinez, 2013) en su investigación Santuarios, fiestas patronales, peregrinaciones y turismo religioso, realizado en los Altos de Jalisco – Mexico, tipo de investigación descriptiva, con una muestra de 1,784 personas, teniendo como conclusión que:

La mayoría de las poblaciones donde existen santuarios, reciben el gran cúmulo de visitantes en los días previos y posteriores a las fiestas patronales de la imagen que se venera en ese lugar. San Juan de los Lagos en cambio, se recibe visitantes a lo largo de todo el año, es decir, no sólo recibe romeros en periodos muy definidos, sino que arriban turistas religiosos lo que ha dado como resultado una actividad comercial muy importante para la localidad. (p. 131)

(Tobón & Tobón, 2013) en su investigación “Turismo Religioso: fenómeno social y económico” de la Universidad Externado de Colombia, tipo de investigación descriptiva, la investigación se realizó en base a un análisis documental, concluyendo en:

En Colombia el estudio del turismo religioso es incipiente y aunque algunas entidades promotoras del turismo en el país han intentado formular planes con destinos religiosos, no se ha estudiado a fondo cuál es su potencial económico real, ni cuáles son las necesidades de los visitantes a estos sitios religiosos emblemáticos, para así profundizar en programas y planes que, por un lado, satisfagan dichas necesidades y, por otro, se conviertan en motor de desarrollo de las ciudades receptoras que, como aquí se ha evidenciado, está sucediendo en sitios religiosos en el mundo. (p. 247)

(Somarriba, 2015) en su investigación “Actividad emprendedora en el Desarrollo Económico Local. Evidencias para el caso de Nicaragua y Municipio de León, 2000-2013” para obtener el título Doctor en Economía y Dirección de Empresas, en la Universidad de Alcalá, Madrid – España. Tipo de investigación cuantitativa con una muestra de 614 empresas contribuyentes al municipio de León, teniendo como instrumento cuestionario, en donde se concluyó que:

En el capítulo primero se planteó ¿cuál es el grado de influencia de la teoría de la empresa al proceso emprendedor?, ante dicha pregunta se puede afirmar que existe un amplio cuerpo teórico que fundamenta la actividad emprendedora. Sin embargo, se indentiifiva más evidencia empírica con respecto a la relación entre emprendimiento y desarrollo. En tal sentido, también es importante continuar explorando si ¿el emprendimiento es fuente de desarrollo de la MIPYME o ésta son factor determinante de la actividad emprendedora? Para este estudio se puede afirmar que el emprendimiento es motor de desarrollo de las MIPYME, así como las empresas de menor tamaño son centros de desarrollo del emprendimiento y dinamizan una de las formas de emprendimiento a pequeña escala. (p. 415)

### **1.3. Teorías relacionadas al tema**

#### **Turismo Religioso.**

##### ***Turismo.***

Según la Organización Mundial del Turismo (s.f), son las “acciones que efectúan los individuos durante sus viajes a lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con la finalidad de ocio, por negocios y otros motivos” (parr. 2). Según Acerenza (1999) también señala lo siguiente:

El turismo es un prodigio social que puede ser interpretado sin distinción como la puesto que desempeñen los individuos involucrados en él. Sin embargo, desde el punto de vista conceptual, el turismo es un grupo de fenómenos que aparecen a raíz de los traslados de personas fuera de su lugar natal, causadas por una acción sin fines de lucro. (p.32)

Kozak (2002) hace mención que “la selección del destino turístico depende de distintos caracteres, como el costo de viaje, la personalidad, la distancia, la edad, el riesgo y lo que los motiva” (p.221).

##### ***Mercado Turístico.***

Para Ministerio de comercio exterior y turismo (MINCETUR). El turismo es un mercado que está compuesto por: la oferta turística y la demanda turística.

Oferta Turística: Es la agrupación de elementos que forman el producto turístico al que se le suma el desarrollo de un apropiado programa de promoción encaminado a los posibles clientes, un programa de repartición del producto turístico manipulado por los operadores turísticos y el establecimiento de un precio apropiado a las características del mercado. El producto turístico es la agrupación de bienes y servicios puestos a disposición del usuario en un destino determinado. Está compuesto por:



- Los recursos turísticos: Son aquellos elementos naturales, culturales y humanos que pueden motivar el deslizamiento de los turistas como sitios naturales, lugares culturales, folclor, realizaciones técnicas, científicas y primorosas contemporáneas.
- Los atractivos o plazas turísticas: Son todos los recursos turísticos que cuentan con las situaciones necesarias para ser visitados y disfrutados por el turista, quiere decir, que cuentan con una planta turística (conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo como el alojamientos y restaurantes), medios de transporte (admiten al turista a acceder a los destinos seleccionados), servicios complementarios (son aquellos servicios solicitados o disponibles por los turistas que son independientes del sector turismo, tales como: servicios de transporte diversos, sistema bancario, servicios de salud, cabinas de internet, comercio en general. otros) e infraestructura básica (rutas de acceso, comunicaciones y equipamiento urbano).

**Demanda Turística:** La demanda está constituida por los turistas que tienen el deseo de acceder a los distintos servicios que hacen la actividad turística. La demanda turística, se encuentra dividida en:

- Demanda turística potencial: Viene hacer la agrupación de personas que cumplen con las características necesarias para consumir o comprar un servicio o producto turístico, sin embargo, no han tenido que consumirlo o comprarlo.
- Demanda turística actual o real: Viene hacer aquella agrupación de personas o turistas que consumen o compran un servicio o producto turístico en general.

#### *Clasificación según modalidad.*

Esta clasificación corresponde a la actividad perfeccionada por el turista y se divide en dos grandes grupos:

Turismo convencional: Es la experiencia constituida y tradicional de desplegar turismo. Los eventos son establecidos por una agencia de viaje y turismo y los servicios completos como el hospedaje, el transporte, la alimentación y viajes son convencionales.

Turismo no convencional: Es denominado a la realización fuera de lo tradicional del turismo y es de carácter experto. Por ejemplo, tenemos al peregrinaje, el canotaje, la observación de la naturaleza y las visitas que necesiten de accesos y servicios no convenidos. Entre estas actividades tenemos: turismo de aventura, ecoturismo, turismo rural, turismo místico o religioso, turismo esotérico.

### ***Turismo religioso.***

Uno de los mercados en constante crecimiento es el turismo religioso., siendo los lugares santos que personifican lugares de devoción y de peregrinaje los que tienen un puesto más destacado en este tipo de turismo, así como también los lugares con legado histórico- cultural

Lugares turísticos considerados en las últimas décadas los más importantes acogen tanto a peregrinos como a turistas, convirtiéndolos en lugares multifuncionales, en esto se han convertido los destinos tradicionales de peregrinación, cuyos visitantes acuden con diferentes motivaciones y expectativas que pueden ser extremadamente diferentes.

“El crecimiento personal, intercambio cultural, desarrollo espiritual y por cultura general”, son las principales motivaciones de las personas que prefieren visitar lugares religiosos según lo indica International Union of Official Travel Organization. (1963)

Martinez (2013), dice: Hablar de turismo y religión es hablar de los traslados que realizan las personas de un lugar a otro con la finalidad de ingresar en un lugar considerado sagrado. Cuya principal y distintiva característica es querer lograr una cercanía de la persona que visita con una

deidad que según considera no puede estar a su alcance en ningún otro sitio diferente del santuario.

Según Collins (2010) El turismo religioso es un hecho que tiene su precedente en el peregrinaje a ejes religiosos, donde existen intereses obviamente religiosos, pero también hay una gran motivación por conocer lugares históricos, así como también, conocer a profundidad los orígenes de una creencia religiosa. Por todo esto podemos decir que el turismo religioso se ha transformado en estos tiempos en el impulsor de crecimiento económico de las ciudades que reciben diariamente a personas que viajan por conocer sitios religiosos. (p.237)

Aulet y Hakobyan (2016), las acciones turísticas relacionadas a las prácticas religiosas en lugares específicos que tienen un significado religioso, constituyen la definición de turismo religioso, termino recientemente creado. (p.64)

Define también el turismo religioso es Shinde (2010) quien lo considera una expresión muy utilizada en la teoría y la práctica para describir a los esquemas de viaje en la actualidad a lugares de peregrinación (p.65).

Parellada (2009) sostiene que el turismo, las peregrinaciones y las experiencias religiosas tienen su correcta consonancia y no se pueden complicar entre ellos, ya que las motivaciones del turismo religioso es visitar lugares sagrados, participar de sus celebraciones religiosas y conocer la importancia histórica y la belleza de su arte; muy distintas a las de la peregrinación, cuyos intereses van relacionados por la petición del perdón, buscar una cura, un cumplimiento de promesas o votos, constituye un camino con dirección a Dios, a lo sagrado, buscando acercase y lograr el contacto divino. (p.67)

(Gil de Arriba 2006, p.130) sostiene que a pesar de que los términos peregrinación y turismo religiosos son muy parecidos y Aunque sea considerados iguales por algunos autores, existen ciertas diferencias como: el turismo de peregrinación considera y vincula los lugares de culto o lugares

religiosos a la necesidad de movilizarse y de realizar el recorrido para llevar a cabo su visita teniendo en cuenta rutas establecidas, trayectos o circuitos de peregrinación. Mientras que el turismo religioso pone énfasis en los sitios donde se rinde culto.

Para Collins & Kliot, 2000, (pp.55-67) plantean un modelo en el cual existen cuatro calidades de visitantes, para lo cual describen las características basándose en un plano cartesiano. En el eje de las abscisas las estimulaciones, condiciones y creencias de las personas que realizan el viaje; los que son puestos en comparación con el turista en oposición al peregrino en el eje de las coordenadas. Las calidades de visitantes serán:

- ✓ Los que van únicamente por conciencias religiosas para rezar y hacer peticiones - Peregrinos “puros” (judíos ultra-ortodoxos):
- ✓ Los que están motivados por pretensiones religiosas de invocar y hacer ruegos, pero sus observaciones están mezcladas con viajes a otros sepulcros u otros sitios para movimientos no necesariamente religiosas. - Peregrinos-turistas (visitantes religiosos)
- ✓ Los que se basan en los credos que dichos visitantes tienen la persona venerable en sí misma y en los favores que le pueden aportar. Creyentes tradicionales:
- ✓ Los que concurren en conjuntos a conocer los lugares sagrados, pero sin ningún logro religioso en sí mismo. Visitantes seculares

Según Martínez (2013) donde se ubican un santuario religioso se intenta hacer más beneficioso la economía de las poblaciones, a través del turismo religioso, tal es así, que se debe incentivar para que el visitante continúe el mayor tiempo posible en el lugar y cumplir con su compromiso autoimpuesto de oposición ante la deidad. (p.109)

## **Emprendimiento.**

### ***Conceptualización de Emprendedor.***

Según The Free Dictionary (2003) nos dice: “Se aplica a la persona que tiene decisión e iniciativa para realizar acciones que son difíciles o entrañan algún riesgo” (parr.2)

Según Formichella (2004) conceptualiza al emprendedor como “una persona con capacidad de crear, de llevar adelante sus ideas, de generar bienes y servicios, de asumir riesgos y de enfrentar problemas” (p.4).

### ***Conceptualización de Emprendimiento.***

Según GEM (2013) define el emprendimiento como: “Cualquier intento por crear nuevos negocios o nuevas empresas, como, por ejemplo, el auto-empleo, la creación de una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido. (p.16)

Jaramillo (2008) nos dice que “El emprendimiento es una capacidad de los seres humanos para salir delante de manera novedosa y con ideas renovadas”. (p. 1)

Arbeláez (2008) manifiesta que “el emprendimiento es una manera de pensar, y actuar orientada hacia la creación de capital social” (p. 14)

### ***Importancia del emprendimiento.***

La Comisión Europea (2013) indica que “El emprendimiento es un importante motor de crecimiento económico y creación de empleo: crea nuevas empresas y empleos, abre nuevos mercados y favorece nuevas competencias y capacidades” (p.22)

El GEM identifica tres componentes para el estudio del emprendimiento: actitudes, actividades y aspiraciones que deben ser identificadas en un emprendedor, a continuación, se explican:

Actividad emprendedora: se enfoca en el proceso emprendedor, éste indicador consiste en medir el número de negocios creados y la prevalencia de los individuos que están activamente involucrados en la creación de un negocio, ya sea en la fase previa al nacimiento de la empresa o en la fase en que poseen y gestionan su propio negocio y pagan remuneraciones por menos de 42 meses (emprendedores nuevos). En términos generales, la recolección de datos del GEM analiza el ciclo de vida de dicho proceso, desde que una persona compromete recursos para iniciar un negocio hasta cuando ya es dueño del mismo, a partir de la antigüedad de la empresa.

Actitudes hacia el emprendimiento: Son aquellas evaluaciones individuales que miden el grado de percepción que tiene el emprendedor y la población frente a las oportunidades existentes en el mercado, autoeficacia y al reconocimiento o valía otorgado al emprendedor en la sociedad. Las actitudes capturan información sobre las creencias nacionales en cuanto al fomento del emprendimiento. Las intenciones miden la posibilidad del individuo para crear un negocio en los próximos años.

Ramírez, Almanza & Negrete (2000) hace mención respecto a la actitud emprendedora, dando a conocer que “tiene una orientación a una fuerte motivación al logro, inspiración en la confianza en sí mismo, a la capacidad de correr de poder asumir riesgos, cuando el logro depende de ésta, se está dispuesto a asumir responsabilidades de nuestras decisiones considerando a las normas culturales y a la sociedad, pensando siempre en un futuro”. (p. 11)

Aspiraciones emprendedoras: Están enfocadas con respecto a los distintos tipos de ambiciones de la actividad empresarial. Dentro de ellas considera a emprendedores con expectativas de crecimiento, características innovadoras y con orientación internacional. Es decir, las aspiraciones emprendedoras indagan acerca de la manera en como un emprendedor pretende competir una vez iniciado su negocio sobre sus planes de crecimiento, entre otros, debemos tener en cuenta que también existe una

tendencia de emprendedores sin expectativas de crecimiento, pero que están ofreciendo o desarrollando un nuevo bien.

#### **1.4. Formulación del problema**

¿Cuál es la relación que existe entre turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017?

#### **1.5. Justificación del estudio**

La presente investigación se justifica según Hernández, Fernández y Baptista (2010).

##### **Conveniencia.**

La presente investigación es de gran importancia para la población de Otuzco, debido a que ayudará a encontrar la relación que existe entre el turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco.

##### **Relevancia social.**

La investigación permitirá ver a detalle cuales con los enfoques que determinan el turismo religioso, y el emprendimiento de la ciudad de Otuzco.

##### **Implicaciones prácticas.**

El uso de nuevos conocimientos en base a teorías sobre turismo religioso, al igual que el instrumento que se utilizara, garantiza en un futuro la mejor evaluación de la variable estudiada. Los cuales permitirán su aplicación para estudios posteriores

##### **Valor teórico.**

Ayudará a contrastar la teoría existente con los conocimientos adquiridos en el transcurso de la investigación debido al emprendimiento en una determinada ciudad y posteriormente medirlos de la mejor manera.

### **Utilidad metodológica.**

La presente investigación tiene como finalidad servir como herramienta para crear un nuevo instrumento que permita analizar el turismo religioso, el cual determina el emprendimiento en la ciudad de Otuzco.

#### **1.6. Hipótesis**

El turismo religioso tiene una relación directa con el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017.

#### **1.7. Objetivos**

##### **Objetivo General.**

Determinar la relación del turismo religioso con el emprendimiento en la ciudad de Otuzco 2017.

##### **Objetivo Específicos.**

- Analizar la oferta del turismo religioso en la ciudad de Otuzco 2017.
- Analizar la demanda del turismo religioso en la ciudad de Otuzco 2017.
- Analizar la actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco 2017.
- Analizar la actitud hacia el emprendimiento en la ciudad de Otuzco 2017.
- Analizar las aspiraciones emprendedoras en la ciudad de Otuzco 2017.



# MÉTODO

## II. MÉTODO

## **2.1. Tipo de investigación**

### **De acuerdo al fin que se persigue.**

Investigación aplicada, debido a que generó conocimientos mediante teorías pre establecidas que contribuyeron a solucionar problemas del turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco.

### **De acuerdo a la técnica de contrastación.**

Investigación descriptiva, porque se recolectaron los resultados sin ser modificados, y se describieron tal cual en su ámbito de estudio.

### **De acuerdo al régimen de investigación.**

Es una investigación orientada, ya que se limita en la línea de investigación establecida por la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo.

## **2.2. Diseño de investigación**

No experimental, de corte transversal. Debido a que no se manipularon las variables a investigadas y se realizaron en solo un periodo de tiempo.

## **2.3. Variables, operacionalización**

### **2.3.1. Variable 1**

Turismo religioso.

### **2.3.2. Variable 2**

Emprendimiento

**Tabla 2.1**  
Operacionalización de variables

V	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Turismo Religioso	Collins (2010) El turismo religioso es un fenómeno que tiene su antecedente en el peregrinaje a centros religiosos, donde además de las motivaciones netamente religiosas existe un interés cultural en términos de conocer centros históricos o profundizar sobre las raíces de un credo religioso. (p.237)	Esta variable se medirá mediante el instrumento cuestionario a los turistas visitantes a la ciudad de Otuzco	Oferta	Recursos turísticos: <ul style="list-style-type: none"> <li>• N° de recursos turísticos.</li> <li>• N° de recursos turísticos operativos.</li> <li>• N° de recursos turísticos no operativos.</li> <li>• Tipo de recursos turísticos.</li> </ul> Planta turística: <ul style="list-style-type: none"> <li>• N° y descripción de Hospedaje.</li> <li>• N° y descripción de Restaurantes.</li> </ul>	Nominal
			Demanda	Turistas: <ul style="list-style-type: none"> <li>• Datos demográficos</li> <li>• Datos Psicográficos/conductuales</li> </ul>	
Emprendimiento	GEM (2013) Cualquier intento por crear nuevos negocios o nuevas empresas, como, por ejemplo, el auto-empleo, la creación de una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido. (p.16)	Esta variable se medirá mediante el instrumento cuestionario a los comerciantes de la ciudad de Otuzco	Actividad emprendedora	Caracterización del empresario Caracterización de la empresa N° de negocios Ventas	Nominal
			Actitudes hacia el emprendimiento	Oportunidades para el emprendimiento Capacidad emprendedora Mecanismo de motivación Financiación Políticas gubernamentales Educación y formación Infraestructura física Normas sociales y culturales Normas sociales y culturales Interés por la innovación	Nominal
			Aspiraciones emprendedoras	Individual Empresa	Nominal

## 2.4. Población y muestra

### Población.

Población 1: Turistas que han visitado la ciudad de Otuzco hasta el año 2017.

Población 2: 242 negocios de la ciudad de Otuzco hasta el año 2017.

### Muestra.

Muestra 1: Se aplicó la fórmula de población infinita ya que no se cuenta con un número exacto de turistas que han visitado la ciudad de Otuzco hasta el presente año, teniendo como resultado de muestra a 384 turistas, la cual sirvió para realizar el análisis de la variable turismo religioso, para ello

n= Población Infinita

e= margen de error = 0.05

z= Nivel de confianza = 1.96

p= Probabilidad de éxito= 0.5

q= Probabilidad de Fracaso

$$\frac{Z^2 PQ}{e^2}$$
$$n = \frac{1.96^2(0.5)(0.5)}{0.07^2}$$
$$n= 384 \text{ encuestados}$$

Muestra 2: Sirvió para realizar el análisis de la variable emprendimiento, para ello se tomó en consideración un muestreo por conveniencia debido a que se consideró sólo a los negocios que se ven implicados de manera directa con el turismo en la ciudad de Otuzco, el total de negocios en la ciudad de Otuzco es de 242 de los cuales se consideraron 85 negocios cuyos representantes quisieron voluntariamente formar parte de la investigación.

## 2.5. Técnicas e instrumentos de recolección de datos, validez y confiabilidad.

**Tabla 2.1.**

*Técnica e Instrumento*

Variables	Técnicas	Instrumentos
Turismo Religioso	Encuesta	Cuestionario validado por expertos.
Emprendimiento	Encuesta	Cuestionario Adaptado de la tesis de Somarriba (2015).

### 2.5.1. Validez.

Turismo Religioso: el instrumento fue validado por:

- Mg. Patricia Barinotto Roncal
- Mg. July Martell Vargas

Emprendimiento: fue validada por:

- MBA. Luis Quiroz Velis
- Mg. Omar Maguiña Rivero
- Mg. Miguel Pinglo Bazán
- Mg. Ciro Valladares Landa.

### 2.5.2. Confiabilidad.

Se aplicó Alfa de Cronbach donde un 10% representa el resultado obtenido, encontrándose dentro del rango aceptado.

Para el grado de confiabilidad se aplicó una encuesta piloto a 9 emprendedores de la ciudad de Otuzco, en donde se obtuvo un valor de 0,802 evidenciando que existe confiabilidad del instrumento.

## **2.6. Métodos de análisis de datos**

El procesamiento de los datos recolectados se realizó por medio de los programas de Microsoft Excel y Microsoft Word, para tener una visualización del tema a investigar se analizaron los resultados a través de figuras y tablas estadísticas y de esta manera se lograron cumplir los objetivos planteados.

## **2.7. Aspectos éticos**

La presente investigación se realizó de acuerdo a la estructura establecida por la Dirección de Investigación de la Universidad César Vallejo, además de ello se tuvo en cuenta el respeto por la propiedad intelectual, la protección a la identidad, la convicción religiosa de los participantes del presente estudio y la honestidad en el desarrollo y obtención de resultados del tema investigado.

# **RESULTADOS**

### **III. RESULTADOS**

#### **3.1. Generalidades del lugar**

La ciudad de Otuzco, considerada actualmente como “Capital de la Fe” debido a su profunda fe religiosa a la a Virgen de la Puerta; se encuentra ubicada a 2,635 m.s.n.m. y a sólo 72 Km. de la ciudad de Trujillo. Otuzco fue fundada por los padres Agustinos en 1,560.

Lo que más resalta es la firmeza de su fe, lo que es comprobado con el fervor católicos del gran número de devotos y visitantes que concurren a la celebración de la fiesta patronal de La Virgen de La Puerta, a éste tipo de celebración asisten turistas de distintos lugares del país e incluso del extranjero.

La población de Otuzco se dedica principalmente a labores agrícolas, produciendo principalmente papas, menestras y cereales; también son criadores de ganado. Sin embargo, Otuzco sobresale por sus artesanías destacando por tus tejidos y gastronomía, ésta ciudad ofrece diversas comodidades al visitante gracias a que cuenta con hoteles, restaurantes, servicios de transporte entre otros.



### 3.2. Oferta del turismo religioso en la ciudad de Otuzco.

Tabla 3.1.

*Recursos turísticos culturales y naturales de la ciudad de Otuzco.*

<b>Recursos turísticos de la ciudad de OTUZCO</b>	
N° de recursos turísticos culturales	08
N° de recursos turísticos culturales operativos	08
N° de recursos turísticos naturales	10
N° de recursos turísticos naturales operativos	02
N° de recursos turísticos naturales no operativos	08
<b>N° total de recursos turísticos de Otuzco</b>	<b>18</b>

*Nota:* La tabla anterior muestra que la ciudad de Otuzco cuenta con 18 recursos turísticos en total, en donde podemos notar que todos los recursos culturales de la ciudad de Otuzco se encuentran operativos, es decir cuentan con señalizaciones, mantenimiento y en algunos casos como el Museo Religioso realizan el conteo diario de ingresos mediante tickets. Sin embargo, los recursos naturales no se encuentran en la misma condición, ya que sólo el cerro Chologday y el caserío de Trigopampa se encuentran operativos siendo solo 02 recursos naturales con los que cuenta la ciudad de Otuzco para ser visitados.

Tabla 3.2.

*Recursos turísticos religiosos de la ciudad Otuzco.*

<b>Recursos turísticos religiosos de la ciudad de Otuzco</b>	
Recursos culturales religiosos	
- Inmaculada Virgen de la Puerta	
- Santuario "Inmaculada Virgen de la Puerta"	
- Museo religioso cultural Inmaculada Virgen de la Puerta	06
- El campanario	
- Cruz de la Ermita	
- Virgen de las Piedritas	
Recursos naturales religiosos	01
- Cerro Chologday	
<b>Total de recursos turísticos religiosos</b>	<b>07</b>

*Nota:* La tabla nos muestra específicamente los recursos turísticos religiosos culturales y naturales operativos en la ciudad de Otuzco, se puede notar que en su mayoría son recursos naturales, siendo sólo el cerro Chologday un recurso turístico natural relacionado con la religión, ya que en el mes de abril y diciembre ahí se desarrollan diversas actividades religiosas, siendo considerado el más importante el vía cruce de semana santa.

Tabla 3.3.

*Plantas turísticas de la ciudad de Otuzco.*

<b>Plantas turísticas de la ciudad de Otuzco</b>	
Hospedajes (hoteles, hostales y hospedajes)	12
Restaurantes	23
<b>Total de plantas turísticas</b>	<b>35</b>

*Nota:* La tabla muestra de manera específica el número total de hospedajes y restaurantes que se ven involucrados de manera directa con la acogida turística por motivos religiosos en la ciudad de Otuzco ya sea por su ubicación o publicidad, siendo 12 plantas que brindan el servicio de hospedaje y 23 plantas que brindan el servicio de alimentación.

### 3.3. Demanda del turismo religioso en la ciudad de Otuzco.

Tabla 3.4.

*Demanda turística de la ciudad de Otuzco.*

<b>Demanda turística de la ciudad de Otuzco</b>		
<b>Datos Psicográficos</b>	<b>Características</b>	<b>%</b>
<b>Género</b>	Femenino	48%
	Masculino	52%
<b>Edad</b>	De 18 a 45 años	45%
	De 26 a 35 años	34%
<b>Lugar de procedencia</b>	Trujillo	65%
	Chiclayo	10%
	Chimbote	7%
<b>Nivel de estudios</b>	Bachillerato	34%
	Licenciatura	31%
	Primaria/Secundaria	26%
<b>Datos Demográficos</b>		
<b>Motivaciones preferentes de su visita</b>	Motivo religioso	50%
	Atractivo histórico cultural	17%
	Visita de amigos y familiares	12%
<b>Duración de su visita</b>	De 1 a 2 días	43%
	Sólo horas	25%
<b>Organización de su viaje realizado</b>	El turista	67%
<b>Lugares que le interesan visitar</b>	No conoce	30%
	La Ermita	16%
<b>Gasto aproximado en su viaje</b>	De S/.51.00 a S/.150.00	44%
<b>Lo que suele comprar durante su visita</b>	Gastronomía	28%
	Artesanía	20%
	Velas / cirios	18%

*Nota:* En la tabla anterior se muestra un análisis de la demanda turística en Otuzco, que es básicamente información del turista, dividido en datos Psicográficos y demográficos. De tal manera podemos realizar un análisis del turista como sus características y percepciones con respecto al

turismo en Otuzco, de éste modo podemos decir que los turistas que visitan la ciudad de Otuzco son en su mayoría son del género masculino de 18 a 45 años de edad de diversas ciudades del Perú, entre ellas Trujillo, con estudios culminados que tienen como principal motivo de visita al motivo religioso, no suelen quedarse, en su mayoría más de un día o un fin de semana, el mismo turista es quien organiza sus viajes dando a notar la carencia de un servicio de paquetes turísticos en Otuzco, el turista carece de información acerca de los recursos turísticos que Otuzco tiene, siendo sólo la más visitada la Cruz de la Ermita y de una manera subjetiva se podría decir que la conocen porque es llamativa y se puede ver desde las principales calles de la ciudad; así mismo suelen realizar un gasto aproximado entre S/. 51.00 a S/. 150.00 soles, invirtiendo en mayor porcentaje en lo que respecta a gastronomía o comida típica, artesanías y velas o también conocidos como sirios.

### 3.4. Actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco.

**Figura 3.1.** Diferencia de N° de negocios existentes y vinculados de manera directa con el turismo religioso entre el año 2015 y 2017 en la ciudad de Otuzco.

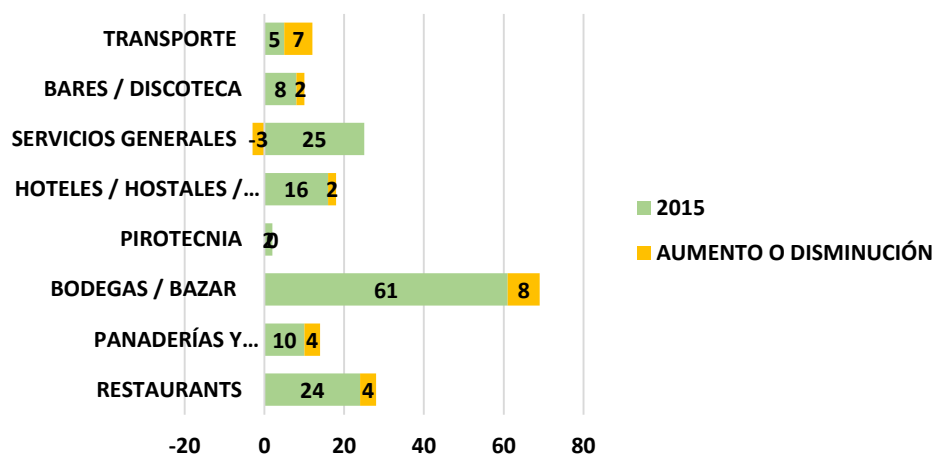


Figura 3.1. Entre los años 2015 y julio 2017 hay un incremento de 24 negocios que se vinculan directamente con la acogida turística en la ciudad de Otuzco, sólo en el rubro de pirotecnia se mantuvo el número y en el rubro de servicios generales hubo una disminución de 03 negocios.

Tabla 3.5.

*Características del negociante.*

<b>Características del negociante</b>		<b>%</b>
<b>Rango de edad</b>	De 41 a 50 años	31%
<b>Género</b>	Masculino	52%
<b>Lugar de nacimiento</b>	Otuzco	64%
	Caseríos	29%
	Otros	7%
<b>Nivel de estudios</b>	Secundaria	46%
	Técnico	33%
<b>Se dedicaba a una actividad anterior a su negocio</b>	Si se dedicaban a una actividad	87%
	Agricultura	26%
	Ganadería	15%
	Profesor	12%
<b>Motivo de creación de su negocio</b>	Oportunidad	52%
<b>Motivo de ubicación de su negocio</b>	No paga alquiler	33%
	Céntrico	26%

*Nota:* En la tabla anterior detalla las características del emprendedor en la ciudad de Otuzco, indicando que en un 31% son de 41 a 50 años, de género masculino, los emprendedores son en un 64% de la ciudad de Otuzco, el 29% de caseríos de éste lugar y además de ello un 7% representan a emprendedores emigrantes de otras ciudades del Perú; en su mayoría sólo han culminado los estudios secundarios. En un 87% de los emprendedores se han dedicado a una actividad anterior a su negocio emprendido, siendo de ésta manera la agricultura la principal actividad para ellos. Del total de encuestados el 52% creó su negocio porque lo vio como una oportunidad para emprender y su ubicación se relaciona en gran manera con el hecho de no tener que pagar alquiler, dando a entender que en su mayoría los negocios se emprenden desde sus casas.

Tabla 3.6.

*Características del negocio.*

<b>Características del negocio</b>		<b>%</b>
<b>Permanencia en el mercado</b>	De 11 años a más	28%
	De 6 a 10 años	27%
<b>Tipo de financiamiento</b>	Propia	66%
	Financiera	20%
<b>Rubro</b>	Restaurantes	26%
	Alojamientos	14%
	Panaderías	14%
<b>Ventas mensuales</b>	De S/. 5,001 a S/. 7,000	26%
	De S/. 7,001 a S/. 9,000	26%
<b>Fechas en las que tienen más ventas</b>	Festividades religiosas	52%
	Navidad y año nuevo	29%
<b>Tipo de pago</b>	Sueldo	45%
	Salario	28%
<b>Tipo de contrato</b>	Temporal	35%

*Nota:* En la tabla anterior se realiza un análisis acerca de las características del negocio, teniendo como resultado que el 28% de negocios existentes en Otuzco tienen más de 10 años de creación dando a notar que lograron desarrollar una actividad emprendedora, para la creación de su negocio el 66% asumió el financiamiento de su negocio y sólo el 20% inició su negocio con una fuente de financiamiento externo, en éste caso las entidades financieras. A pesar de que existen muchos rubros y el mercado de Otuzco ha crecido considerablemente, para la investigación realizada solo se tuvieron en cuenta los negocios que se ven involucrados con el turismo de manera directa, obteniendo como resultado que el 26% de éstos negocios se dedican a restaurantes, el 14% a lo que respecta alojamientos y otro 14% más a panaderías. En un 26% sus ventas mensuales son de S/. 5,001 a S/. 7,000 soles haciéndolas rentables, estos negocios tienen un aumento de ventas considerables en festividades religiosas, navidad y año nuevo las cuales en su mayoría constan de 03 días. El tipo de pago es en base a un sueldo fijo, sin embargo, se pudo notar que 28% suele pagar por salarios, los que no lleva a comprender por qué el 35% realiza sus contratos temporales, esto implica realizar un análisis deductivo, donde podemos decir que en épocas de festividades religiosas los negociantes suelen realizar contratos temporales o por salarios a sus colaboradores.

Figura 3.2 Diferencia de ventas.

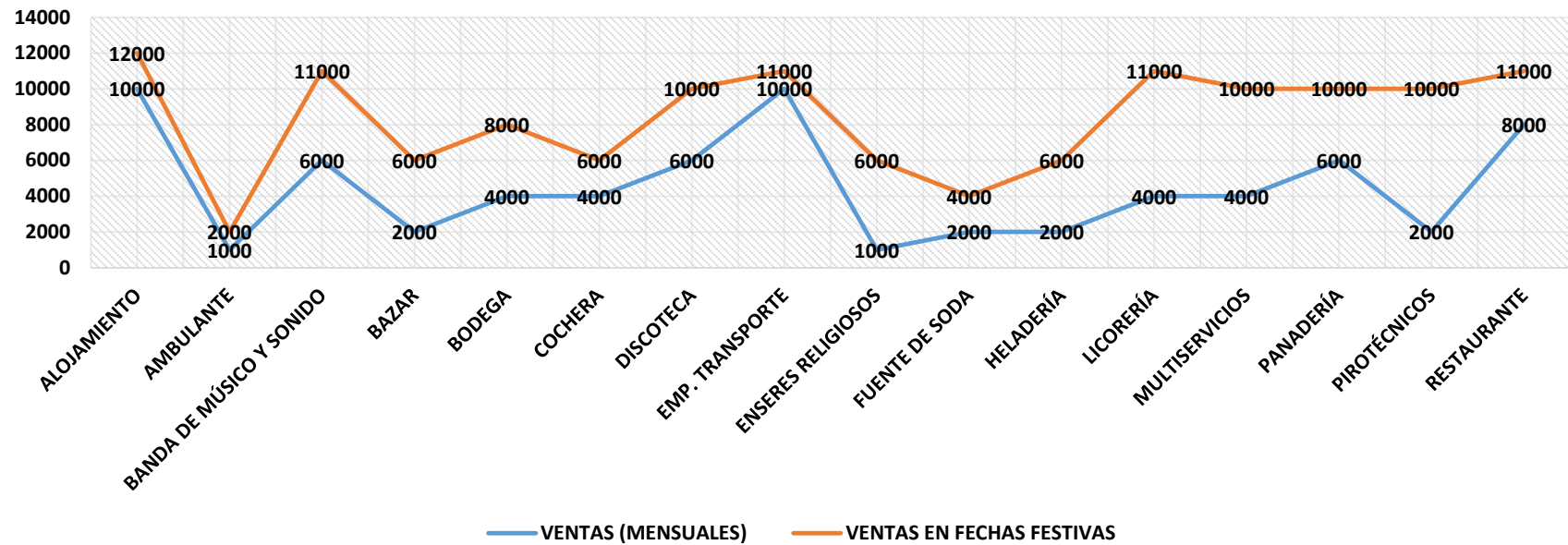


Figura 3.2 Diferencia de ventas mensuales con ventas en fechas festivas, se puede demostrar que existe un aumento de ventas en las fechas festivas realizadas en 2, 3 y 4 días, comparando con las ventas mensuales que vienen a ser fechas normales con las festividades religiosas y año nuevo el aumento es considerable.

### 3.5. Actitudes hacia el emprendimiento en la ciudad de Otuzco.

Tabla 3.7.

*Actitudes hacia el emprendimiento.*

<b>Actitudes hacia el emprendimiento</b>	
Hay oportunidades para la creación de negocios.	64% de acuerdo
Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha y dirigir un negocio.	64% en desacuerdo
Los pequeños negociantes de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social.	39% en desacuerdo
Hay suficientes medios de financiación crediticia para una MYPIME.	41% de acuerdo
Se pueden realizar todos los trámites administrativos, legales y con facilidad.	50% de acuerdo
Existe apoyo a los negocios en las políticas de la Municipalidad	48% de acuerdo
Su negocio puede afrontar los costes de los servicios básicos.	39% totalmente de acuerdo
No es excesivamente caro para su negocio acceder a sistemas de comunicación.	29% de acuerdo
Las infraestructuras físicas proporcionan un buen apoyo para su negocio.	65% de acuerdo
A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios.	53% de acuerdo.

*Nota:* En la tabla se aprecia el análisis respecto a la actividad hacia el emprendimiento en la ciudad de Otuzco, ésta dimensión evalúa aspectos perceptibles desde el punto de vista del emprendedor en relación al ambiente social en el que se encuentra, es por ello que como resultado se obtuvo que el 64% de los emprendedores encuestados está de acuerdo en el ítem que indica que existen oportunidades para la creación de negocios, un 64% está en desacuerdo con respecto a que la gente tiene conocimientos que les serán útiles para emprender un negocio, el 39% dio como resultado que se encuentran en desacuerdo respecto a que los pequeños negociantes gozan de reconocimiento ante la sociedad, el 41% se encuentra de acuerdo con respecto a los medios existentes para una financiación crediticia, el 50% de los encuestados indican que se encuentran de acuerdo con relación a que logran realizar trámites administrativos, legales y los llevan a cabo con facilidad; se les pregunto acerca de que si existe apoyo a los negocios por parte de la municipalidad y el 48% indicaron que se encuentran de acuerdo, acerca de su negocio el 39% está totalmente de acuerdo con que ellos pueden afrontar los costes de los servicios básicos cómo luz, agua, gas, entre otros). En el caso de que no es excesivamente caro para su negocio acceder a sistemas de comunicación como son: teléfono, internet, ellos respondieron en un 29% que se encontraban de acuerdo, es decir que el 29% pueden o cuentan con esos servicios, con respecto a si las infraestructuras físicas tales como carreteras, telecomunicaciones proporcionan apoyo a su negocio el 63% indicó que está de acuerdo y se les preguntó si a los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios en donde el 53% indico que están de acuerdo con ello.

### 3.6. Aspiraciones emprendedoras en la ciudad de Otuzco.

Tabla 3.8.

*Actividad hacia el emprendimiento.*

<b>ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS</b>		
Aspira ser un emprendedor de mayor éxito.	<b>Si</b>	<b>94%</b>
Pretende aumentar el tamaño de su negocio.	<b>Si</b>	<b>67%</b>
Pretende diversificar sus productos en el largo plazo.	<b>Si</b>	<b>79%</b>
Aspira crear otros puntos de venta.	<b>Si</b>	<b>73%</b>
Pretende invertir en una nueva maquinaria y equipo.	<b>Si</b>	<b>64%</b>
Pretende invertir en infraestructura del negocio.	<b>Si</b>	<b>53%</b>
Aspira recurrir a nuevas fuentes de financiamiento.	<b>No</b>	<b>52%</b>

*Nota:* En la tabla se evalúan las aspiraciones emprendedoras, del mismo modo que las actitudes son perceptibles, se analizan en base a lo que el emprendedor siente con respecto al crecimiento y mejoras para su negocio, respecto a si aspiran a ser emprendedores de mayor éxito un 94% indicó que si, es decir que en casi el 100% de emprendedores de la ciudad de Otuzco pretenden crecer como emprendedores, respecto al aumento del tamaño de su negocio el 67% tiene el deseo aumentar su pequeñas empresas, 79% pretende diversificar o ampliar la gama de sus productos o servicios a largo plazo, el 73% aspira crear más puntos de venta y los que mencionaron que no es porque ya lo han hecho, con respecto a la inversión en maquinaria y equipo solo el 64% espera hacerlo, el 36% que indicó que no tienen miedo a ciertos cambios y/o actualizaciones; el 53% pretende realizar inversiones para mejorar la infraestructura de sus negocios y al respecto de que si aspiran recurrir a nuevas fuentes de financiamiento el 52% indicó que no, ya que temen endeudarse, mostrando de esa manera que carecen de capacidad crediticia.



### 3.7. Relación entre turismo religioso y emprendimiento en la ciudad de Otuzco

Tabla 3.9.

*Relación entre turismo religioso y emprendimiento en la ciudad de Otuzco.*

		EMPRENDIMIENTO		
		ACTIVIDAD EMPRENDEDORA	ACTITUDES EMPRENDEDORAS	ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS
TURISMO RELIGIOSO	OFERTA	La oferta turística respecto a la actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco mantienen una relación muy fuerte ya que las plantas turísticas han aumentado y se han fortalecido al paso del tiempo, lo que demuestra que la actividad emprendedora ha ido creciendo; sin embargo, los recursos turísticos naturales en su mayoría se encuentran como no operativos, lo que conlleva a determinar que ese aspecto tienen una relación ligeramente débil, sin embargo ese factor no es considerado determinante para poder definir que la relación entre ambos indicadores es débil.	Acerca de la oferta turística y actitudes emprendedoras se determina que existe una relación débil ya que si bien es cierto los emprendedores han aumentado y mejorado ellos no sienten que tengan los conocimientos ni características de contar con capacidad emprendedora, no existe motivación por parte de la población ni las entidades públicas y privadas, la educación en la actualidad recién está incorporando en su programación clases respecto a emprender un negocio, pese a ello los negociantes muestran seguridad con respecto a la infraestructura ya que en su mayoría son negocios con local propio y tienen ciertas facilidades para ejercer sus negocios por parte de la municipalidad.	La oferta turística con respecto a las aspiraciones emprendedoras tienen una relación fuerte, porque como ya se había mencionado los negocios (plantas turísticas) en la ciudad de Otuzco no sólo han aumentado en cantidad sino de manera individual han ido creciendo y fortaleciéndose, de esta manera los emprendedores han buscado diversificar sus productos, desarrollarlos y ampliarlos en la búsqueda constante de la generación de nuevos ingresos, no obstante los emprendedores que pretenden crecer tienen mucho temor a asociarse de alguna manera con las entidades financieras y pretenden invertir con sus mismos fondos. A la vez los recursos turísticos operativos también muestran una relación fuerte con los indicadores implicados en las aspiraciones emprendedoras ya que a raíz del uso constante éstas se han generado nuevos negocios.

**DEMANDA**

En cuanto a la demanda turística y la actividad emprendedora se logra determinar que ambas dimensiones mantienen una relación muy fuerte puesto que el flujo turístico por motivos religiosos y culturales ha ido aumentando en la ciudad de Otuzco y ya no sólo en épocas de festividades religiosas sino también en días comunes y/o fines de semana los negocios en dicha ciudad han aumentado de manera notable, unos constituidos legalmente y otros sólo de manera empírica, los negocios en su mayoría han surgido porque notaron una oportunidad, agricultores, ganaderos y hasta profesores han emprendido un negocio porque notaron que les podría ir mejor y muchos de ellos ahora solventan sus gastos personales y familiares de sus ingresos económicos que les generan sus negocios dejando de lado su profesión u oficio inicial, es por ello que recalco que ambas dimensiones mantienen una relación muy fuerte.

Referido a la demanda turística y las actitudes emprendedoras es preciso decir que mantienen una relación fuerte dado que a pesar de no contar con todos los conocimientos para emprender un negocio, no sienten el reconocimiento total por parte de la sociedad lo que implica carecer de un mecanismo de motivación, entre otros aspectos más; ellos se esmeran por captar el mayor margen de clientes y minimizar gastos, ya que muchos recalcan el hecho de contar con sus propios fondos y el tener su negocio en un local propio, estos emprendedores han logrado desarrollar la capacidad para darse cuenta que contar ciertos implementos brindados por sus propios medios les ahorra un gasto fijo lo que les permite invertir en lo que respecta infraestructura como es que en algunos casos se pueden apreciar restaurantes temáticos, hoteles bien implementados brindando a sus consumidores un ambiente “otuzcano”.

Referente a la demanda turística y las aspiraciones emprendedoras se logra determinar que mantienen una relación fuerte ya que su mercado objetivo son los turistas que visitan la ciudad de Otuzco, que en su mayoría realizan visitas constantes y buscan nuevos productos y servicios por ende los emprendedores, en su mayoría los que tienen poco tiempo de haber emprendido su negocio, aspiran a diversificar sus productos y servicios, desean crear nuevos puntos de venta y por ende mejorar la calidad de los mismos, contando con la maquinaria adecuada y actualizada para abastecer las múltiples exigencias de su mercado objetivo, y a la vez ellos mismos anhelan ser emprendedores de mayor éxito.

*Nota:* Se determina que la relación entre el turismo religioso y el emprendimiento es directa ya que después de analizar ambas variables por dimensión se obtuvo como resultado que 5 de 6 relaciones son fuertes, pues a mayor turismo religioso mayor emprendimiento.

### **3.8. Contrastación de hipótesis**

Debido a que en la matriz de contingencia correspondiente a la Tabla N° 3.9. se analizan de manera conjunta ambas variables y se han establecido las relaciones, en donde se determinó en su mayoría que mantienen una relación fuerte ya que en la actualidad el flujo turístico ha ido creciendo y ha sido determinante para la creación y desarrollo de nuevos negocios, sobre todo por el incremento considerable de sus ventas en las épocas de festividades religiosas, no obstante a ello respecto a las actitudes emprendedoras y la oferta turística mantienen una relación débil ya que los emprendedores de la ciudad de Otuzco manifestaron su carencia de conocimientos respecto a formalización de negocios para que de esta manera puedan ampliarse con más seguridad y objetividad.

Teniendo en cuenta lo mencionado se determina que existe una correlacionan positiva fuerte entre ambas variables en estudio.

# DISCUSIÓN

#### **IV. DISCUSIÓN**

En la presente investigación se obtuvo como resultado al análisis de la oferta turística en la ciudad de Otuzco que dicha ciudad cuenta con un total de 18 recursos turísticos en donde todos los recursos turísticos culturales se encuentran operativos y 08 de 10 recursos turísticos naturales se encuentran como no operativos, con respecto a las plantas turísticas relacionadas con el turismo religioso, Otuzco cuenta con 12 plantas que brindan el servicio de hospedaje y 23 restaurantes en donde se muestra que la ciudad de Otuzco cuenta con 07 recursos turísticos religiosos que vienen a ser el principal motivo de acogida turística y a la vez razón por la que las plantas turísticas han ido aumentando; Molina, Sevallos, Molina & Cañas (2015) en su investigación acerca del ecoturismo y su incidencia en el desarrollo de iniciativas emprendedoras del municipio de Guadalupe, nos muestran que se debe propiciar el potencial natural de la zonas con mayor atractivo turístico y a la vez impulsar el desarrollo de iniciativas emprendedoras del lugar, de la misma manera Raju (2016) en su tesis con respecto al marketing de destino turístico religioso brinda un dato relevante dando mención en que los turistas visitan Lumbini por 2 principales motivos siendo motivo de visita religioso y cultural es por ello Raju indica que los encargados del marketing en dicho lugar no deben depender sólo de turistas religiosos sino también de turistas con intereses socioculturales.

Respecto a la demanda turística se obtuvo como resultado que los turistas que visitan la ciudad de Otuzco provienen de diferentes destinos siendo su principal motivo de visita el religioso, además de ello es notable que estos carecen de información respecto a recursos turísticos con los que cuenta Otuzco, si bien es cierto su principal motivo de visita es el religioso como nos manifestaron que para realizar sus viajes turísticos les es de importancia los atractivos turísticos culturales además de los religiosos; Tobón & Tobón (2013) en su investigación acerca del turismo religioso como fenómenos social y económico concluyen en que el turismo de Colombia ha intentado realizar

planes de turismo con destino religioso, los cuales no se han evaluado a fondo con respecto a cuál es su potencial económico real, ni tuvieron en cuenta las necesidades de los turistas que visitan estos sitios religiosos, se deben realizar planes en donde satisfagan dichas necesidades y también sean un motor de desarrollo para las ciudades receptoras. Kozak (2002) nos menciona que la selección de destino turístico depende de diferentes criterios como el costo de viaje, la personalidad, edad, motivación, entre otros lo que lleva contrastar que en la investigación realizada se obtuvieron todos estos datos informativos respecto al turista. Por otro lado, Collins (2010) hace mención que el turismo religioso tienen su presente en el peregrinaje lo que implica intereses obviamente religiosos, sin embargo, existe una gran motivación por conocer diferentes lugares históricos, por consiguiente, denota que el turismo religioso se ha convertido en la actualidad en un impulsador de crecimiento económico de las ciudades que acogen continuamente personas que viajan por conocer sitios religiosos.

Con respecto a la actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco, se obtuvo como resultado que en una comparación de los negocios existentes en el año 2015 con los de julio del 2017 en donde se nota un incremento de 24 negocios de diferentes rubros relacionados de manera directa con el turismo. Los emprendedores y sus negocios tienen ciertas características como son que en su mayoría han culminado sólo estudios secundarios y el 87% se han dedicado a actividades anteriores dejándolas para emprender sus negocios, en donde su principal motivo fue la oportunidad que se les presentó, uno de sus beneficios para la mayoría es tener local propio, mostrando además que sus ventas se elevan en épocas de festividades religiosas, muchos negocios ya tienen años de trayectoria, han crecido y se han fortalecido, y otros han sido creados y se mantienen estables por el rubro y ubicación de su negocio, ya que se basan mayormente en hoteles, restaurantes, panaderías entre otros, mostrando que en Otuzco se ha ido desarrollando la actividad emprendedora al paso de los años. Esto se puede contrastar con la definición de emprendimiento por parte del GEM (2012) donde nos dice que es cualquier intento por la creación de

nuevos negocios, generando el auto-empleo, llevado a cabo por un individuo, un equipo de personas o un negocio establecido.

Se analizaron las actitudes hacia el emprendimiento se obtuvieron resultados teniendo en cuenta que ésta dimensión consta de un análisis perceptible por parte del emprendedor, donde el 64% de los negociantes está de acuerdo con respecto a la existencia de oportunidades para la creación de negocios sin embargo siente que carecen de los conocimientos útiles para poder emprender un negocio de manera eficiente, no cuentan con el reconocimiento total por parte de la sociedad lo que implica un poco de desánimo, sus negocios tienen la capacidad económica para pagar sus servicios básicos, muestran estar de acuerdo con las facilidades que les da la municipalidad y se esmeran constantemente en mejorar su servicio o producto con la finalidad de satisfacer a sus clientes potenciales que son los turistas. Los datos mencionados se pueden constatar con la teoría brindada por el GEM que define a las actitudes hacia el emprendimiento como evaluaciones individuales que miden el grado de percepción que tiene el emprendedor con respecto a las oportunidades existentes en su ambiente, auto eficiencia y reconocimiento por parte de la sociedad; Ramírez, Almanza & Negrete definen a la actitud emprendedora de una manera similar haciéndome mención a que ésta se encuentra orientada a una fuerte motivación al logro, confianza personal y capacidad de asumir riesgos.

Referente a las aspiraciones emprendedoras se obtuvieron resultados en base a lo que el emprendedor percibe con respecto al crecimiento y mejoras constantes de su negocio, dando como resultado que en su mayoría los emprendedores aspiran a tener un mayor éxito, pretender aumentar el tamaño de su negocio, diversificar o ampliar su portafolio de productos o servicios a largo plazo invirtiendo en maquinaria actualizada y útil. La Comisión Europea nos brinda información al respecto para poder constatar los resultados dando a conocer que el emprendimiento es un motor importante de crecimiento económico y generación de empleo, ya que éste crea nuevos mercados y

favorece nuevas competencias y capacidades, de la misma manera el GEM se refiere a las aspiraciones emprendedoras que estas indagan acerca de la forma en como el emprendedor pretende competir al iniciar su negocio, sobre planes de crecimiento, entre otros.

Finalmente, con respecto a la relación que existe entre el turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco se obtuvo como resultado que hay una relación directa entre ambas variables, lo cual demuestra que a más flujo turístico mayor emprendimiento por parte de la población de dicha ciudad, considerando que existen un número considerable de recursos naturales no operativos lo que hace notar la carencia de una ruta turística la cual ayudaría a desarrollar el emprendimiento por parte de la población otuzcana; lo cual se puede corroborar según Gaibor (2014) en su análisis del potencial turístico del cantón Montalvo determinó que en la población del Cantón Montalvo resultó de gran interés para la comunidad emprender un plan de turismo religioso, debido a los múltiples atractivos turísticos que el Cantón posee y que en la actualidad no han sido promovidos de manera efectiva para desarrollar el potencial turístico del mismo que mejore la calidad de vida de sus pobladores.



# CONCLUSIONES

## V. CONCLUSIONES

1. Existe una correlación positiva fuerte entre el turismo religioso y el emprendimiento en Otuzco, ya que mediante un cuadro de contingencia se analizaron las dimensiones con respecto a ambas variables, en donde de los 6 análisis 5 que equivale al 83% se encuentran relacionadas de manera fuerte y 01 equivalente al 17% restante es débil, con respecto a esta respuesta débil cabe mencionar que es debido a que los emprendedores de la ciudad de Otuzco no sienten contar con los conocimientos necesarios para tener una capacidad emprendedora, carecen de motivación y reconocimiento por parte de la sociedad. Por lo demás como ya se había mencionado tanto oferta y demanda turística se relacionan de manera fuerte respecto a la actividad emprendedora y aspiraciones emprendedoras respectivamente.
2. En la ciudad de Otuzco existen 07 recursos turísticos religiosos que se encuentran adecuadamente operativos, sin embargo, se logró conocer un número mayor de recursos turísticos tanto naturales como culturales con los que cuenta ésta ciudad y que en su mayoría los turistas desconocen y por parte de la población y entidades como la municipalidad no los tienen operativos sobre todos los recursos turísticos naturales los cuales tienen mucha riqueza histórica. Además de ello Otuzco cuenta con un total de 35 plantas turísticas relacionadas de manera directa con el turismo religioso, siendo 12 plantas que brindan el servicio de hospedaje y 23 restaurantes ubicados de manera estratégica en la ciudad.
3. La demanda turística está constituida netamente de caracteres del turista o visitante, en donde se concluye que los turistas tienen como principal motivo de visita a Otuzco el religioso por su fe y devoción a la Virgen de la Puerta, suelen ser en su mayoría varones mayores de edad, visitan de distintos lugares del Perú y en la actualidad han ido aumentando el flujo turístico extranjero; si bien es cierto la acogida turística aumenta en festividades religiosas, actualmente sobre todo los fines de semana Otuzco tiene una gran acogida de turistas que solo viajan a visitar el santuario ubicado en la plaza de armas, no planean otra visita ya que manejan muy escasa información de los lugares turísticos con los que cuenta Otuzco y es por ello que no organizan visitarlos.

4. Los negocios en la ciudad de Otuzco desde el año 2015 a julio del 2017 se han incrementado en 24 negocios quienes tienen como público objetivo al turista que llega a visitar dicha ciudad, el emprendedor otuzcano anteriormente a su negocio se dedicaban a otras actividades principalmente agricultura, ganadería y docencia dejando estas actividades por que vieron una oportunidad de emprender un negocio lo cual le ha conllevado a dejar su oficio o profesión anterior y dedicarse netamente a su negocio, respecto a la ubicación para ellos es un beneficio contar con locales propios ya que se evitan un gasto los rubros más destacados son restaurantes, alojamiento y panaderías, y sus ventas tienden a aumentar en épocas festivas.

5. Los emprendedores han aumentado y al paso del tiempo han ido mejorando, lo cual les hace sentir que en Otuzco existe oportunidades para emprender nuevos negocios, no obstante ellos sienten que tanto ellos como la sociedad carecen de capacidad emprendedora por la ausencia de conocimientos básicos para ello, no sienten mucha motivación por parte de la sociedad, por parte de la educación recientemente es notable la inyección de cultura emprendedora en los alumnos de algunas instituciones, a pesar de esto los negociantes sienten el apoyo por parte de la municipalidad en lo que respecta a agilización de trámites documentarios, tienen capacidad para afrontar sus gastos y tratan de captar las necesidades de sus clientes (turistas) para llegar a complacerlos.

6. Las aspiraciones emprendedoras en la ciudad de Otuzco han sido optimas ya que los emprendedores aspiran a tener mucho éxito, aumentando el tamaño de su negocio, lo que implica diversificar o desarrollar su portafolio de productos o servicios que ofrecen de ésta manera deberán invertir en maquinaria y equipo actualizado, para ello pretenden realizar inversiones de sus propios fondos, evitando recurrir a una entidad financiera, dicha inversión no sólo sería para maquinaria sino también para la infraestructura de sus locales.

# **RECOMENDACIONES**

## **VI. RECOMENDACIONES**

1. Crear una ruta turística de Otuzco para que de esta manera permita a los visitantes de Otuzco y a los mismos pobladores admirar y rememorar lugares históricos y culturales de dicha siendo, de esta manera se crearan nuevas alternativas de lugares que visitar, promoviendo la visita a los recursos tanto culturales como naturales con los que Otuzco cuenta, esta ruta implicará el apoyo de la municipalidad y de otuzcanos interesados en formar parte, se deberá considerar circuitos turísticos, señalizaciones, guías capacitados, presupuesto de visita (por lugar), un cronograma de actividades, buen manejo de difusión, un inventario turístico, generando más emprendimiento por parte de la población, ya que la acogida turística aumentaría y se expandiría.
2. Se debe realizar un mantenimiento adecuado para los recursos culturales y naturales sobre todo para los que no se encuentran operativos, señalizándolos, brindarles un cuidado adecuado, cercándolos para que no se maltraten, contar con personal adecuado para dichos cuidados.
3. Activar la Caseta Turística Otuzcana, con ubicación estratégica y accesible para los visitantes, brindando el servicio de información acerca de todos los lugares que Otuzco tiene, deberá contar con folletos, dípticos, trípticos y fotografías con información detallada y clara de cada recurso turístico los cuales deberán estar operativos; se debe incluir el servicio de guías quienes se deben encontrar predispuestos para acompañar al turista al lugar que requiera.
4. Los emprendedores deben buscar la información constante y actualizada acerca de formalidad y crecimiento de sus negocios, en la ciudad de Otuzco existen negocios informales, es por ello que debe minorizar progresivamente esa informalidad para que estos emprendedores puedan conseguir éxito en sus pequeños negocios.
5. Capacitaciones abiertas para toda la población otuzcana con interés en emprender un negocio acorde a sus características y capacidades, de la misma manera a conocer su tipo de cliente, sus necesidades y delimitarlo de

tal manera puedan satisfacer sus diversas necesidades y de esta manera fidelizarlos.

6. Charlas informativas dirigidas a los emprendedores acerca de cultura financiera utilizando un vocabulario adecuado ya que deben contar con información clara y despejar sus miedos y dudas, así mismo deben capacitarse con respecto al manejo eficiente del marketing, no sólo debe basarse en publicidad sino también se debe considerar temas de diversificación y desarrollo de productos.

## **VII. Propuesta de mejora**

## **DESARROLLANDO MI MERCADO**

**Objetivo:** Desarrollar negocios innovadores para el mercado turístico en la ciudad de Otuzco.

**Alcance:** Municipalidad Provincial de Otuzco – Área de Desarrollo Económico.

**Actividades:**

- Determinar los perfiles de los turistas, fáciles de acceder y comprender.
- Desarrollo de material promocional del destino.
- Programa de promoción turística.
- Desarrollo de reportajes televisivos y de radio audiencia del destino.
- Generación de ferias de exposición de productos.
- Asesoramiento en gestión e inversión de créditos accesibles para emprender.
- Fortalecimiento de capacidades de empresarios ya existentes.
- Formación de empresarios jóvenes.
- Asistencia técnica para la formación y ejecución empresarial.

**Presupuesto:** Papel, impresión, profesionales con especialidad en emprendimiento y marketing. El monto a invertir asciende a S/3.000.

# **REFERENCIAS**

## **VIII. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS**



Acerenza, M. (1990). *Administración del Turismo*. (6° ed.). Trillas, México: Editorial Trillas S.A

Albuquerque, F. (2004). *Las agencias de desarrollo regional y la promoción del desarrollo local en el Estado español*. Santiago de Chile. Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL)

Aulet y Hakobyan (2016). *Turismo Religioso*. Revista Iberoamericana de Turismo – RITUR, ISSN 2236-6040, recuperado de <http://www.seer.ufal.br/index.php/ritur>

Collins (2010). *Current Jewish pilgrimage tourism: Modes and models of development*. In Tourism Preliminary Communication.

Collins y Klot (2000). *Pilgrimage tourism in the holy land: The behavioral characteristics of Christian pilgrims*, in Geo Journal.

GEM. (2013). *El Emprendedurismo en Perú – evaluación 2013* Editado por la Fundación Universitaria Andaluza Inca Garcilaso recuperado de: <http://www.eumed.net/libros-gratis/2013/1281/index.htm>

Gil de Arriba, C. (2006). *Turismo y Segunda Residencia en la Montaña Cantábrica: Expectativas y Riesgos*. Parlamento de Cantabria. Universidad de Cantabria. Santander. España.

International Union of Official Travel Organization. (1963). *The United Nations' Conference on International Travel and Tourism*. Geneva: IUTO.

Kozak, M. (2002). *Comparative analysis of tourist motivations by nationality and destinations*. Tourism Management

Mincetur,(sf). *Conceptos Fundamentales del Turismo*. Recuperado de:  
[http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto\\_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf](http://www.mincetur.gob.pe/TURISMO/Producto_turistico/Fit/fit/Guias/Amazonas.pdf)

Parellada, J. (2009). *El turismo religioso. Sus perfiles*. Jornadas de Delegados de Pastoral de Turismo. Conferencia Episcopal Española. Recuperado de  
<http://www.conferenciaepiscopal.es/pastoral/turismo/encuentro/2008/JosepEnricParellada.pdf>

Ramírez, Almanza & Ortega (2000). *La actitud emprendedora en la Universidad de Guanajuato, México*.

Sabino (2001). *Desarrollo y Calidad de Vida*. Recuperado de  
<http://www.hacer.org/pdf/Desarrollo.pdf>

Sharpley y Sundaram (2005). *Tourism: a Sacred Journey? the case of ashram tourism, India*. Internacional journal of tourism research.

Shinde, K. (2010). *Entrepreneurship and Indigenous Entrepreneurs in Religious Tourism in India*. *Internacional Journal of Tourism Research*.

Sugden y Wilson (2002). *Economic Development in the Shadow of the Consensus: A Strategic Decision-Making Approach*. Contributions to Political Economy.

OMT. (s.f). *Organización Mundial del Turismo*. Obtenido. Recuperado

# ANEXOS

## IX. ANEXOS

### 9.1. Matriz de Consistencia

#### Anexos 5: Matriz de consistencia

<b>Título del trabajo de Investigación</b>	Turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017.
<b>Problema</b>	¿Cuál es la relación que existe entre turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017?
<b>Hipótesis</b>	El turismo religioso tiene una relación directa con el emprendimiento en la ciudad de Otuzco año 2017.
<b>Objetivo General</b>	Determinar la relación del turismo religioso con el emprendimiento en la ciudad de Otuzco 2017
<b>Objetivos Específicos</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Analizar la oferta del turismo religioso en la ciudad de Otuzco 2017.</li><li>• Analizar la demanda del turismo religioso en la ciudad de Otuzco 2017.</li><li>• Analizar la actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco 2017.</li><li>• Analizar la actitud hacia el emprendimiento en la ciudad de Otuzco 2017</li><li>• Analizar las aspiraciones emprendedoras en la ciudad de Otuzco 2017.</li></ul>
<b>Diseño del Estudio</b>	No experimental, de corte transversal. Debido a que no se manipularan las variables a investigar y se realizará en solo un periodo de tiempo.
<b>Población y Muestra</b>	La población de turismo religioso es infinita y la muestra es de 384 turistas que visitan la ciudad de Otuzco. La población de emprendimiento son 242 negocios existentes en la ciudad de Otuzco y la muestra es de 85 negocios.
<b>Variables</b>	Variable 1: Turismo religioso. Variable 2: Emprendimiento.

Operacionalización de variables

V	Definición Conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Escala
Turismo Religioso	Collins (2010) El turismo religioso es un fenómeno que tiene su antecedente en el peregrinaje a centros religiosos, donde además de las motivaciones netamente religiosas existe un interés cultural en términos de conocer centros históricos o profundizar sobre las raíces de un credo religioso. (p.237)	Esta variable se medirá mediante el instrumento cuestionario a los turistas visitantes a la ciudad de Otuzco	Oferta	Recursos turísticos: • N° de recursos turísticos. • N° de recursos turísticos operativos. • N° de recursos turísticos no operativos. • Tipo de recursos turísticos. Planta turística: • N° y descripción de Hospedaje. • N° y descripción de Restaurantes.	Nominal
			Demanda	Turistas: • Datos demográficos • Datos Psicográficos/conductuales	
Emprendimiento	GEM (2013) Cualquier intento por crear nuevos negocios o nuevas empresas, como, por ejemplo, el auto-empleo, la creación de una nueva organización empresarial, o la expansión de un negocio existente; llevados a cabo por un individuo, un equipo de personas, o un negocio establecido. (p.16)	Esta variable se medirá mediante el instrumento cuestionario a los comerciantes de la ciudad de Otuzco	Actividad emprendedora	Caracterización del empresario Caracterización de la empresa N° de negocios Ventas	Nominal
			Actitudes hacia el emprendimiento	Oportunidades para el emprendimiento Capacidad emprendedora Mecanismo de motivación Financiación Políticas gubernamentales Educación y formación Infraestructura física Normas sociales y culturales Normas sociales y culturales Interés por la innovación	Nominal
			Aspiraciones emprendedoras	Individual Empresa	Nominal

<p><b>Método</b></p>	<p>Es una investigación aplicada, ya que generó conocimientos mediante teorías pre establecidas que contribuyeron a solucionar problemas del turismo religioso y el emprendimiento en la ciudad de Otuzco. Descriptiva, porque se recolectaron los resultados sin ser modificados y se describirán tal cual en su ámbito de estudio. Orientada, ya que se limita en la línea de investigación establecida por la Escuela Académico Profesional de Administración de la Universidad César Vallejo. El diseño de investigación es no experimental, de corte transversal. Debido a que no se manipularon las variables a investigadas y se realizaron en solo un periodo de tiempo. Se trabajó con 2 muestras, a una se aplicó la fórmula de población infinita ya que no se cuenta con un número exacto de turistas que han visitado la ciudad de Otuzco, teniendo como resultado de muestra a 384 turistas y para la segunda se tomó en consideración un muestreo por conveniencia debido a que se consideró sólo aquellos que se ven implicados de manera directa con el turismo en la ciudad de Otuzco, siendo cómo resultado 85 negociantes de la ciudad de Otuzco. El procesamiento de los datos recolectados se realizó mediante programas de SPSS, Microsoft Excel y Microsoft Word, para tener una visualización se analizaron los resultados a través de tablas estadísticas y figuras.</p>
<p><b>Resultados</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En la presente investigación se obtuvo como resultado al análisis de la oferta turística en la ciudad de Otuzco que dicha ciudad cuenta con un total de 18 recursos turísticos en donde todos los recursos turísticos culturales se encuentran operativos y 08 de 10 recursos turísticos naturales se encuentran como no operativos, con respecto a las plantas turísticas relacionadas con el turismo religioso, Otuzco cuenta con 12 plantas que brindan el servicio de hospedaje y 23 restaurantes en donde se muestra que la ciudad de Otuzco cuenta con 07 recursos turísticos religiosos que vienen a ser el principal motivo de acogida turística y a la vez razón por la que las plantas turísticas han ido aumentando.</li> <li>• Respecto a la demanda turística se obtuvo como resultado que los turistas que visitan la ciudad de Otuzco provienen de diferentes destinos siendo su principal motivo de visita el religioso, además de ello es notable que estos carecen de información respecto a recursos turísticos con los que cuenta Otuzco, si bien es cierto su principal motivo de visita es el religioso como nos manifestaron que para realizar sus viajes turísticos les es de importancia los atractivos turísticos culturales además de los religiosos.</li> <li>• Con respecto a la actividad emprendedora en la ciudad de Otuzco, se obtuvo como resultado que en una comparación de los negocios existentes en el año 2015 con los de julio del 2017 en donde se nota un incremento de 24 negocios de diferentes rubros relacionados de manera directa con el turismo. los emprendedores y sus negocios tienen ciertas características como son que en su mayoría han culminado sólo estudios secundarios y el 87% se han dedicado a actividades anteriores dejándolas para emprender sus negocios, en donde su principal motivo fue la oportunidad que se les presentó, uno de sus beneficios para la mayoría es tener local propio, mostrando además que sus ventas se elevan en épocas de festividades religiosas, muchos negocios ya tienen años de trayectoria, han crecido y se han fortalecido, y otros han sido creados y se mantienen estables por el rubro y ubicación de su negocio, ya que se basan mayormente en hoteles, restaurantes, panaderías entre otros, mostrando que en Otuzco se ha ido desarrollando la actividad emprendedora al paso de los años.</li> <li>• Se analizaron las actitudes hacia el emprendimiento se obtuvieron resultados teniendo en cuenta que ésta dimensión consta de un análisis perceptible por parte del emprendedor, donde el 64% de los negociantes está de acuerdo con respecto a la existencia de oportunidades para la creación de negocios sin embargo siente que carecen de los conocimientos útiles para poder emprender un negocio de manera eficiente, no cuentan con el reconocimiento total por parte de la sociedad lo que implica un poco de desánimo, sus negocios tienen la capacidad económica para pagar sus servicios básicos, muestran estar de acuerdo con las facilidades que les da la municipalidad y se esmeran constantemente en mejorar su servicio o producto con la finalidad de satisfacer a sus clientes potenciales que son los turistas.</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>Referente a las aspiraciones emprendedoras se obtuvieron resultados en base a lo que el emprendedor percibe con respecto al crecimiento y mejoras constantes de su negocio, dando como resultado que en su mayoría los emprendedores aspiran a tener un mayor éxito, pretender aumentar el tamaño de su negocio, diversificar o ampliar su portafolio de productos o servicios a largo plazo invirtiendo en maquinaria actualizada y útil.</li> <li>Referente a las aspiraciones emprendedoras se obtuvieron resultados en base a lo que el emprendedor percibe con respecto al crecimiento y mejoras constantes de su negocio, dando como resultado que en su mayoría los emprendedores aspiran a tener un mayor éxito, pretender aumentar el tamaño de su negocio, diversificar o ampliar su portafolio de productos o servicios a largo plazo invirtiendo en maquinaria actualizada y útil.</li> </ul>
<b>Conclusiones</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existe una correlación positiva fuerte entre el turismo religioso y el emprendimiento en Otuzco, ya que mediante un cuadro de contingencia se analizaron las dimensiones con respecto a ambas variables, en donde de los 6 análisis 5 que equivale al 83% se encuentran relacionadas de manera fuerte y 01 equivalente al 17% restante es débil, con respecto a esta respuesta débil cabe mencionar que es debido a que los emprendedores de la ciudad de Otuzco no sienten contar con los conocimientos necesarios para tener una capacidad emprendedora, carecen de motivación y reconocimiento por parte de la sociedad. Por lo demás como ya se había mencionado tanto oferta y demanda turística se relacionan de manera fuerte respecto a la actividad emprendedora y aspiraciones emprendedoras respectivamente.</li> <li>En la ciudad de Otuzco existen 07 recursos turísticos religiosos que se encuentran adecuadamente operativos, sin embargo, se logró conocer un número mayor de recursos turísticos tanto naturales como culturales con los que cuenta ésta ciudad y que en su mayoría los turistas desconocen y por parte de la población y entidades como la municipalidad no los tienen operativos sobre todos los recursos turísticos naturales los cuales tienen mucha riqueza histórica. Además de ello Otuzco cuenta con un total de 35 plantas turísticas relacionadas de manera directa con el turismo religioso, siendo 12 plantas que brindan el servicio de hospedaje y 23 restaurantes ubicados de manera estratégica en la ciudad.</li> <li>La demanda turística está constituida netamente de caracteres del turista o visitante, en donde se concluye que los turistas tienen como principal motivo de visita a Otuzco el religioso por su fe y devoción a la Virgen de la Puerta, suelen ser en su mayoría varones mayores de edad, visitan de distintos lugares del Perú y en la actualidad han ido aumentando el flujo turístico extranjero; si bien es cierto la acogida turística aumenta en festividades religiosas, actualmente sobre todo los fines de semana Otuzco tiene una gran acogida de turistas que solo viajan a visitar el santuario ubicado en la plaza de armas, no planean otra visita ya que manejan muy escasa información de los lugares turísticos con los que cuenta Otuzco y es por ello que no organizan visitarlos.</li> <li>Los negocios en la ciudad de Otuzco desde el año 2015 a julio del 2017 se han incrementado en 24 negocios quienes tienen como público objetivo al turista que llega a visitar dicha ciudad, el emprendedor otuzcano anteriormente a su negocio se dedicaban a otras actividades principalmente agricultura, ganadería y docencia dejando estas actividades por que vieron una oportunidad de emprender un negocio lo cual le ha conllevado a dejar su oficio o profesión anterior y dedicarse netamente a su negocio, respecto a la ubicación para ellos es un beneficio contar con locales propios ya que se evitan un gasto los rubros más destacados son restaurantes, alojamiento y panaderías, y sus ventas tienden a aumentar en épocas festivas.</li> <li>Los emprendedores han aumentado y al paso del tiempo han ido mejorando, lo cual les hace sentir que en Otuzco existe oportunidades para emprender nuevos negocios, no obstante ellos sienten que tanto ellos como la sociedad carecen de capacidad emprendedora por la ausencia de conocimientos básicos para ello, no sienten mucha motivación por parte de la sociedad, por parte de la educación recientemente es notable la inyección de cultura emprendedora en los alumnos de algunas instituciones, a pesar de esto los negociantes sienten el apoyo por parte de la municipalidad en lo que respecta a</li> </ul>



agilización de trámites documentarios, tienen capacidad para afrontar sus gastos y tratan de captar las necesidades de sus clientes (turistas) para llegar a complacerlos.

- Las aspiraciones emprendedoras en la ciudad de Otuzco han sido optimas ya que los emprendedores aspiran a tener mucho éxito, aumentando el tamaño de su negocio, lo que implica diversificar o desarrollar su portafolio de productos o servicios que ofrecen de ésta manera deberán invertir en maquinaria y equipo actualizado, para ello pretenden realizar inversiones de sus propios fondos, evitando recurrir a una entidad financiera, dicha inversión no sólo sería para maquinaria sino también para la infraestructura de sus locales.

## 9.2. Instrumentos

### ENCUESTAS A TURISTAS QUE VISITAN LA CIUDAD DE OTUZCO

No hay respuestas buenas ni malas, pues se refieren a la percepción que como turista puede brindar acerca de su visita a la ciudad de Otuzco. Esta información solo se utilizará para un trabajo académico.

- Ud. ¿Ha visitado la ciudad de Otuzco?: SI \_\_\_\_ NO \_\_\_\_

1. Género: M\_\_\_\_ F\_\_\_\_

2. Edad: \_\_\_\_\_

3. Lugar de Procedencia: \_\_\_\_\_

4. Profesión u Ocupación: \_\_\_\_\_

5. Nivel de estudios:

Primarios/Secundarios \_\_\_\_\_

Bachillerato \_\_\_\_\_

Licenciatura \_\_\_\_\_

Maestría \_\_\_\_\_

Doctorado \_\_\_\_\_

6. Marque cuáles han sido las motivaciones preferentes de su visita:

Atractivo histórico y cultural \_\_1\_\_

Motivo religioso \_\_2\_\_

Emoción estética y/o artística de la visita \_\_3\_\_

Gastronomía del lugar \_\_4\_\_

Mejorar mi educación y/o formación \_\_5\_\_

Ocio y descanso \_\_6\_\_

Visita de amigos y familiares \_\_7\_\_

7. La visita que realizó a la ciudad de Otuzco, tuvo una duración de \_\_\_\_ días / horas.

8. La visita que realizó a la ciudad de Otuzco obedece a:

Una visita específica \_\_\_\_ Un fin de semana \_\_\_\_ Una ruta más amplia \_\_\_\_

9. El viaje que realizó a la ciudad de Otuzco, fue organizado por:

Una agencia de viajes \_\_\_\_ Un grupo de amigos \_\_\_\_ Yo mismo \_\_\_\_

10. ¿Qué otro lugar tiene intención de visitar en su viaje a la ciudad de Otuzco?

Capilla La Ermita \_\_\_\_

Capilla Las Piedritas \_\_\_\_

Trigopampa \_\_\_\_

El Urpillao \_\_\_\_

Huaranchal \_\_\_\_

El Chologday \_\_\_\_

Ningún otro \_\_\_\_

No conozco \_\_\_\_

11. Por favor, realice un cálculo estimado, lo más realista posible, de su gasto diario efectuado en su visita a la ciudad de Otuzco: \_\_\_\_\_

12. En términos generales, puedo calificar la visita a la ciudad de Otuzco de manera:

Nada satisfactoria	Poco satisfactoria	Satisfactoria	Muy satisfactoria
1	2	3	4

13. ¿Qué suele comprar durante su visita a la ciudad de Otuzco?

Revistas, posters, postales \_\_\_\_

Velas / cirios \_\_\_\_

Material fotográfico \_\_\_\_

Artesanía típica \_\_\_\_\_  
Productos típicos \_\_\_\_\_  
Gastronomía típica \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_  
Nada \_\_\_\_\_

14. Marque qué tipo de atractivos visita preferentemente durante sus viajes:  
Iglesias, santuarios, catedrales \_\_\_\_\_ Museo cultural o religioso \_\_\_\_\_  
Municipios que sean Conjuntos Históricos \_\_\_\_\_  
Monumentos históricos de singular valor artístico \_\_\_\_\_  
Otros \_\_\_\_\_
15. Es importante para Ud. el atractivo religioso cultural para organizar y planificar sus viajes:  
Si me importa \_\_\_\_\_ No me importa \_\_\_\_\_
16. Indique, desde su punto de vista, los lugares y/o festividades de Otuzco que tienen mayor atractivo turístico:  
Fiesta de la Gratitud a la Virgen de la Puerta \_\_\_\_\_  
Fiesta de la Vírgenes de las Providencias o de las Piedritas \_\_\_\_\_  
Semana Santa \_\_\_\_\_  
Aniversario de la ciudad de Otuzco \_\_\_\_\_  
1° de Mayo: Fiesta de florecer y recoger fortuna \_\_\_\_\_  
Fiesta Patronal en Honor a San Isidro Labrador \_\_\_\_\_  
Coronación Canónica de la Virgen de la Puerta \_\_\_\_\_  
Fiesta de la Gratitud a la Virgen de la Puerta \_\_\_\_\_  
Fiesta Patronal de la Virgen de la Puerta \_\_\_\_\_

**GRACIAS**

## ENCUESTAS A NEGOCIANTES DE LA CIUDAD OTUZCO

No hay respuestas buenas ni malas, pues se refieren a la percepción que como negociante puede brindar sobre el emprendimiento. Esta información solo se utilizará para un trabajo académico.

### I. Actividad emprendedora

#### I.I. Caracterización del negociante

1. Edad: 21-30\_\_\_ 31-40\_\_\_ 41-50\_\_\_ 51-60\_\_\_ 61-70\_\_\_ 71 a más\_\_\_
2. Género: Femenino\_\_\_ Masculino\_\_\_
3. Lugar de nacimiento\_\_\_\_\_
4. Nivel de estudios:  
Primaria\_\_\_ Secundaria\_\_\_ Técnicos\_\_\_ Universitario\_\_\_ Ninguno\_\_\_
5. ¿Antes de ser negociante se dedicaba a otra actividad?  
Si(cual)\_\_\_\_\_ No\_\_\_
6. Principal motivo por el que decidió crear su negocio: Oportunidad\_\_\_ Necesidad\_\_\_
7. Principal motivo por el que eligió la ubicación de su negocio:  
Más ventas:\_\_\_ Céntrico:\_\_\_ No pago alquiler:\_\_\_ Otros:\_\_\_

#### I.I. Caracterización del negocio

1. Nombre del negocio: \_\_\_\_\_
2. Tiempo de constitución: \_\_\_meses \_\_\_años
3. Tipo de financiación al momento de constituirse:  
Propia\_\_\_ Financiera\_\_\_ Herencia\_\_\_ Otros: \_\_\_\_\_
4. Producto o servicio: \_\_\_\_\_
5. Ventas mensuales:
6. Menos de S/1,000\_\_\_ S/1,001 a S/3,000\_\_\_  
S/3,001 a S/5,000\_\_\_ S/5,001 a S/7,000\_\_\_  
S/7,001 a S/9,000\_\_\_ S/9,001 a S/11,000\_\_\_  
S/11,001 a más.
7. ¿Cuáles son las fechas en las que considera más ganancias en su negocio?  
Festividades religiosas\_\_\_ Aniversario de Otuzco y Fiestas Patrias\_\_\_  
01 e Mayo\_\_\_ Navidad y año nuevo\_\_\_  
7.1 ¿Cuánto son sus ventas en dichas fechas?  
Menos de S/1,000\_\_\_ S/1,001 a S/3,000\_\_\_  
S/3,001 a S/5,000\_\_\_ S/5,001 a S/7,000\_\_\_  
S/7,001 a S/9,000\_\_\_ S/9,001 a S/11,000\_\_\_  
S/11,001 a más.
8. Tipo de pago:  
Sueldo\_\_\_ salarios\_\_\_ comisiones\_\_\_ no tengo trabajadores\_\_\_
9. Tipo de contratación:  
Permanente\_\_\_ Temporal\_\_\_ Ambas\_\_\_ No tengo trabajadores\_\_\_
10. Local: Propio\_\_\_ Alquilado\_\_\_ Familiar\_\_\_ Ambulante\_\_\_

## 02 Actitudes hacia el emprendimiento

Escuche o lea cada una de las siguientes afirmaciones, elige tu respuesta y encerrar en un círculo el número que más aproxime a tu percepción, de acuerdo a las siguientes escalas:

1	2	3	4	5
Totalmente en desacuerdo	En desacuerdo	Ni de acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo

ITEMS	1	2	3	4	5
1. Hay oportunidades para la creación de negocio.					
2. Las oportunidades para la creación de nuevos negocios han aumentado considerablemente en los últimos 5 años.					
3. Mucha gente tiene los conocimientos y habilidades necesarias para poner en marcha y dirigir un negocio.					
4. Los pequeños negociantes de éxito gozan de gran reconocimiento y prestigio social.					
5. Considera que la creación de un negocio es una forma de hacerse rico.					
6. Hay suficientes fuentes de financiación propia.					
7. Hay suficientes medios de financiación crediticia para una MYPE.					
8. Se pueden realizar todo los trámites administrativos, legales y con facilidad.					
9. Existe apoyo a los negocios en las políticas de la Municipalidad.					
10. En la enseñanza primaria y secundaria se dedica suficiente atención al espíritu emprendedor para la creación de nuevos negocio y/o empresas.					
11. Su negocio pueden afrontar los costes de los servicios básicos (gas, agua, electricidad, alcantarillado, entre otras)					
12. No es excesivamente caro para su negocio acceder a sistemas de comunicación (teléfono, internet, entre otras).					
13. Las infraestructuras físicas (carreteras, telecomunicaciones, entre otras) proporcionan un buen apoyo para su negocio.					
14. Las normas sociales y culturales apoyan y valoran el éxito individual conseguido a través del esfuerzo personal.					
15. Las normas sociales y culturales estimulan la creatividad y la innovación de su negocio.					
16. Las empresas consolidadas están abiertas a utilizar nuevos proveedores y firmas emprendedoras.					
17. A los consumidores les atrae probar nuevos productos y servicios.					

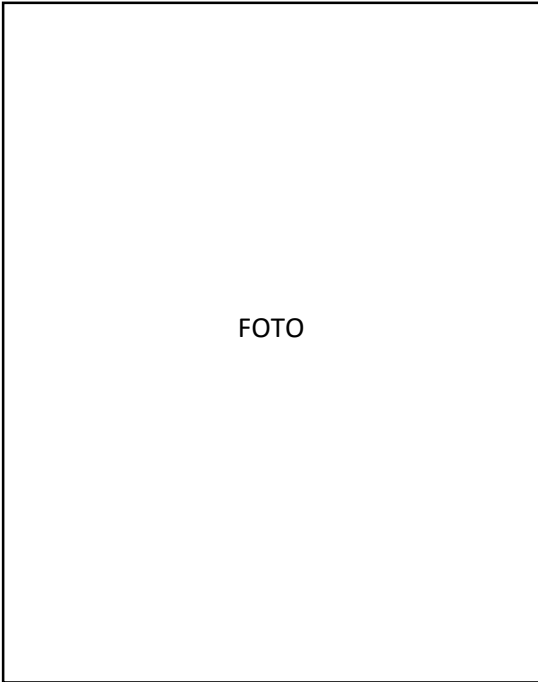
## 03 Aspiraciones emprendedoras

ITEMS	SI	NO
1. Aspira ser un emprendedor de mayor éxito.		
2. Aspira aumentar sus ingresos personales.		
3. Pretende aumentar el tamaño de su negocio.		
4. Pretende diversificar sus productos en el largo plazo.		
5. Aspira crear otros puntos de venta.		
6. Pretende Invertir en nueva maquinaria y equipo.		
7. Pretende invertir en infraestructura del negocio.		
8. Aspira recurrir a nuevas fuentes de financiación.		

*¡Gracias!*

FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS	
Tipo de Recurso Turístico	N°
Operativa: No operativa:	
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:	
UBICACIÓN:	
<div><div><div>FOTO</div></div><div>DESCRIPCIÓN: <hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/></div></div>	

Nota: Elaboración propia

FICHA DE OBSERVACIÓN PLANTA TURÍSTICA		N°
Tipo de _____ (Hostal, Hotel, Restaurant)		
NOMBRE DE LA PLANTA TURÍSTICA:		
<div style="display: flex; justify-content: space-between; align-items: flex-start;"> <div style="width: 40%; text-align: center;">  <p>FOTO</p> </div> <div style="width: 55%;"> <p>DESCRIPCIÓN:</p> <hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/><hr/> </div> </div>		

*Nota: Elaboración propia*

# **Fichas de Validación**











## **Ficha técnica de turismo religioso**

<b>Nombre del cuestionario</b>	: Cuestionario de Turismo Religioso
<b>Autor</b>	: Elaboración propia con validación
<b>Año</b>	: 2016
<b>Finalidad</b>	: Analizar el turismo religioso en la ciudad de Otuzco.
<b>Cantidad de ítems</b>	: 16
<b>Tipo de escala</b>	: abiertas y cerradas
<b>Población</b>	: Infinita
<b>Duración de la aplicación</b>	: 10 minutos
<b>Material</b>	: Cuestionario (papel) y lapicero.

## **Ficha técnica de emprendimiento**

<b>Nombre del cuestionario</b>	: Cuestionario a empresarios.
<b>Autor</b>	: Fabiola Lissette Somarriba Sandoval
<b>Año</b>	: 2015
<b>Finalidad</b>	: Analizar el emprendimiento en la ciudad de Otuzco.
<b>Cantidad de ítems</b>	: 42
<b>Tipo de escala</b>	: Likert, abiertas y cerradas
<b>Población</b>	: 165 negociantes de Otuzco.
<b>Duración de la aplicación</b>	: 10 minutos
<b>Material</b>	: Cuestionario (papel) y lapicero.

### 8.3. FICHAS DE OBSERVACIÓN RECURSOS TURÍSTICOS

#### FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

Tipo de Recurso Turístico:	CULTURAL	N° 01
Operativa:	X	No operativa:
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"INMACULADA VIRGEN DE LA PUERTA"		
UBICACIÓN:	PLAZA DE ARMAS DE OTUZCO	



#### DESCRIPCIÓN:

En los años de 1560 se presume que se inició el culto a la IVP. De acuerdo a la leyenda Otuzco hizo suya la fe de venerar a la Virgen María, llamada "Virgen de la Puerta" porque se colocó la imagen (inter) sobre la puerta de la Basílica, para evitar que lleguen los piratas a asaltar el pueblo, convirtiéndose después de ello, la imagen más venerada a nivel local nacional e internacional, por el crecimiento de la fe hacia ella (XVII).

*Nota: Elaboración propia*

---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: CULTURAL N° 02

---

Operativa: X No operativa:

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

UBICACIÓN: SANTUARIO "INMACULADA VIRGEN DE LA PUERTA"  
PLAZA DE ARMAS DE OTUZCO

---



### **DESCRIPCIÓN:**

Ubicado en la Plaza de Armas, empezado a construir en 1943.

Su construcción fue hecha a base de pura piedra labrada. El santuario es de diseño abierto y ocupa una superficie de 2026 m<sup>2</sup> de los cuales 1984 m<sup>2</sup> son áreas construidas.

Tiene una nave central y dos laterales así como dos torres que se elevan sobre su inmensa fachada en donde el trono de la Virgen ha sido hecho de "mármol Otuzcano", sobre ella se ha colocado la imagen de San Martín de Porras, en dimensiones menores.

La basílica Inmaculada Virgen de la Puerta es la única que tiene la imagen de la Virgen María sobre la Puerta del Ingreso principal, es por ello que le colocaron el nombre de la "Santísima Virgen de la Puerta".

---

*Nota: Elaboración propia*



---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: CULTURAL N° 03

---

Operativa: X No operativa:

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

“MUSEO RELIGIOSO CULTURAL INMACULADA VIRGEN DE LA PUERTA (IGLESIA MATRIZ – TEMPLO ANTIGUO)”

---

UBICACIÓN: PLAZA DE ARMAS DE OTUZCO

---



### DESCRIPCIÓN:

Ubicado en la Plaza de Armas, consta de 10 retablos Museo Religioso (Templo Antiguo)

La Iglesia Matriz fue construida durante la dominación española por los años 1960.

El Museo de la Santísima Virgen de la Puerta se encuentra en la antigua iglesia, inaugurada el 27 de octubre de 1995.

La creación del museo fue suscitado por la Junta Directiva de ese entonces.

Desde esa fecha hasta la actualidad, han ingresado a visitar el museo un promedio de 80 699 personas, siendo esto medido a través de los tickets de ingreso.

Este museo tiene la particularidad que muestra todo el vestuario de La Santísima Virgen de la Puerta, siendo esto algo muy particular en el Perú.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

---

Tipo de Recurso Turístico: CULTURAL N° 04

Operativa: X No operativa:

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

“EL CAMPANARIO”

UBICACIÓN: PLAZA DE ARMAS DE OTUZCO

---



DESCRIPCIÓN:

Ubicado al costado de la antigua Iglesia, sirviendo de entrada a la Calle Libertad, por donde hizo su ingreso el Libertador Simón Bolívar en su paso a Huamachuco. Tiene cuatro campanas las que están en función desde el año 1823, las que anunciaron la llegada del Libertador. El Campanario es el único monumento colonial.

Esta hecho de piedra y adobones.

Tiene 16 metros de altura y 9 metros de ancho en su base, hay dos arcos menores de los que cuelgan sendas campanas.

Las campanas fueron hechas en 1822 por Francisco Lazonte (Español).

Según expertos el Campanario de Otuzco y Huamachuco, que tienen similitud, son importantes y únicos en el Ande Liberteño, por su historia que se encuentra ligada directamente a la Orden de los Agustinos del Perú.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

---

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

---

Tipo de Recurso Turístico:	CULTURAL	N° 05
Operativa:	X	No operativa:
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"PLAZA DE ARMAS"		
UBICACIÓN:	BARRIO CENTRAL	



### **DESCRIPCIÓN:**

Es el corazón de la ciudad, su forma es cuadrangular y tiene una hectárea de superficie. Está rodeada por la Iglesia Matriz, el Santuario y casas de dos pisos, con aceras cubiertas de cemento y toda ella empedrada con adoquines en forma rectangular.

En medio tiene un bello jardín bien cuidado donde siete palmeras gigantes y una pequeña le dan cierto aire de tropicalidad andina a la comarca.

Aquí se realizan todos los actos cívicos y religiosos más importantes.

*Nota: Elaboración propia*

---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: CULTURAL N° 06

---

Operativa: X No operativa:

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

UBICACIÓN: "PALACIO MUNICIPAL"  
PLAZA DE ARMAS DE OTUZCO

---



### **DESCRIPCIÓN:**

Ubicado en la Plaza de Armas en el Jr. Tacna

Por Ley del año 1856 se creó el municipio de la ciudad de Otuzco. El edificio donde funciona es netamente republicano y ha sido reconstruido y modificado tres veces.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---



Tipo de Recurso Turístico:	CULTURAL	N° 07
Operativa:	X	No operativa:
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"CRUZ DE LA ERMITA"		
UBICACIÓN:	BARRIO LA ERMITA - OTUZCO	



### **DESCRIPCIÓN:**

Este lugar es el más histórico por ser la piedra angular de Otuzco donde los Padres Agustinos plantaron la primera cruz y construyeron el antiguo convento religioso. Aquí un

fraile franciscano implantó el Culto a la Santísima Cruz del Camino, en el lugar que denominaron la Cruz de las Almitas llamado también así por los pobladores, que a su inicio era una cruz de madera hecha por ellos mismos.

También en sus inicios poseía una pequeña capilla que fue destruida a través del tiempo.

Para llegar hacia la Cruz de la Ermita hay unas escalinatas, que se inicia en la calle y desde ahí se puede observar la ciudad de Otuzco.

*Nota: Elaboración propia*

## **FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

Tipo de Recurso Turístico:	CULTURAL	N° 08
Operativa:	X	No operativa:
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"VIRGEN DE LAS PIEDRITAS"		
UBICACIÓN:	BARRIO RAMON CASTILLA - OTUZCO	



#### **DESCRIPCIÓN:**

“Las Vírgenes de las Piedritas” o “Vírgenes de la Providencia”, aparecieron en ambas caras de una piedra que fue partida como consecuencia de “volar” uno de sus

extremos sobresalientes, hecho que fue concebido como un milagro y que fuese bendecido por el Monseñor Fray Francisco Solano del Risco.

La festividad se realiza desde 1868, del 02 al 14 de enero, convocando a los lugareños y visitantes que cada año llegan para agradecer los milagros concedidos.

Las Imágenes se encuentran en la Capilla de las Piedritas cuya construcción se inicia después de su hallazgo actualmente al inicio del Paseo Peatonal del Barrio Ramón Castilla.

*Nota: Elaboración propia*

Tipo de Recurso Turístico:	NATURAL	N° 09
Operativa:	No operativa:	X
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"CATARATA DE SANCHICÓN"		
UBICACIÓN: KM 63 (CARRETERA TRUJILLO – OTUZCO)		



### **DESCRIPCIÓN:**

A 20 minutos antes de llegar a la ciudad de Otuzco, en el trayecto de la carretera Trujillo – Otuzco se encuentra la catarata de Sanchicón.

En invierno por las lluvias, la catarata se llena de agua; en el mes de mayo es cuando el agua se torna cristalina, donde se la observa en todo su esplendor.

Cuenta con un letrero de señalización, pero no indica el nombre de la catarata.

Es una catarata que se encuentra en la carretera, donde todo transeúnte puede apreciar.

*Nota: Elaboración propia*

---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: CULTURAL N° 10

---

Operativa: X No operativa:

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

CERRO "CHOLOGDAY"

---

UBICACIÓN: OTUZCO

---



### DESCRIPCIÓN:

Este cerro es cuna de las más elevadas cumbres andinas de Otuzco, por eso es el que rodea toda la ciudad. Además los poetas le dedicaban sentidos poemas, gracias a eso los campesinos lo llenan de cultivos que florecen y fructifican en otoño y se cosechan en invierno, los jóvenes lo escalan los primeros de mayo para rendir homenaje a la Pachamama.

En este mismo cerro se lleva a cabo en Semana Santa, la escenificación del viacrucis de nuestro Señor, la gente sube un largo tramo hasta la mitad del cerro donde se lleva a cabo la escena y si uno sube un poco más encontrará las minas del cerro Chologday, a sus pies discurre el río Pollo que es afluente del río Moche. Este cerro tiene una gran cultura ya que vio como nació la ciudad de Otuzco y hasta ahora sigue siendo el guardián de Otuzco ya que es el más grande y resguarda a la provincia.

---

*Nota: Elaboración propia*



---

## FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico:	CULTURAL	N° 11
----------------------------	----------	-------

Operativa:	No operativa:	X
------------	---------------	---

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

	CERRO "URPILLAO"
UBICACIÓN:	OTUZCO

---



### DESCRIPCIÓN:

El Cerro Urpillao está ubicado en el territorio perteneciente a la guaranga Llampá, al Noroeste de la ciudad de Otuzco a una distancia aproximada de 15 km, el trayecto en su totalidad es en forma ascendente;

siendo el cerro más alto del distrito de Otuzco con una altura en la cima de 4307 msnm.

Este cerro es muy conocido y visitado por las maravillosas vistas que se aprecia desde la cima, incluso se puede ver la costa Libertena y por los enormes paisajes que ofrece a sus visitantes.

Además, es conocido que el cerro es rico en minerales y en se encuentra abundante cantidad de mármol.

Por su majestuosidad da lugar a mitos y leyendas que en la actualidad son muy conocidas las cuales se cuenta generación tras generación.

---

### FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: NATURAL N° 12

---

Operativa: No operativa: X

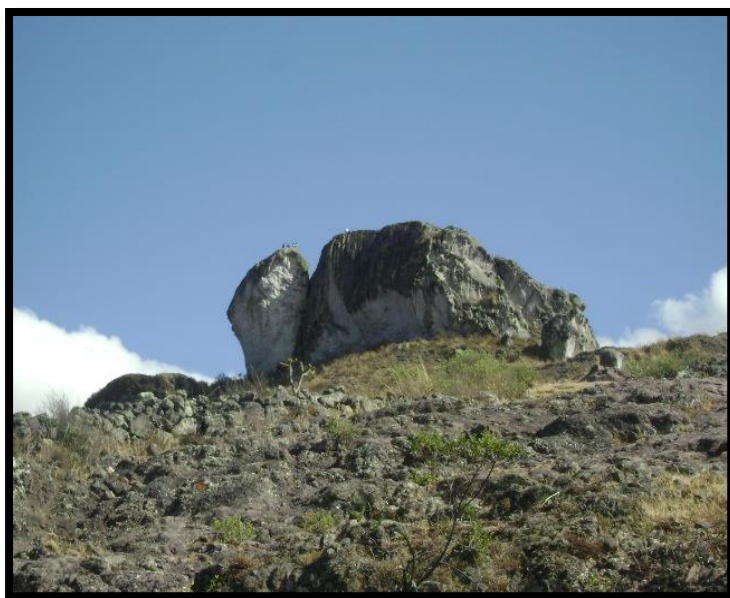
---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

UBICACIÓN: OTUZCO LA PIEDRA DE "URMO"

---



#### DESCRIPCIÓN:

Arriba de Tacumarca, entre Pachín Bajo y Pachín Alto, hay un bello lugar llamado Urmo. Allí aflora enorme roca de granodiorito conocida con el nombre de "Piedra de Urmo", que ha salido a la superficie debido a la

erosión. Se halla ubicado a la orilla izquierda de la quebrada de Sogochán.

Existe una leyenda: Los hombres que trajeron armas de fuego fueron los españoles. Ellos mataron a todos los cóndores menos a uno: "Al Condor de la Piedra de Urmo", porque la Pacha Mama, para salvarlo, lo convirtió en piedra.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

### FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

Tipo de Recurso Turístico: NATURAL N° 13

---

Operativa: No operativa: X

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

UBICACIÓN: OTUZCO "USGATAP"

---



#### **DESCRIPCIÓN:**

Ubicada a 1 km. de la ciudad de Otuzco, es un cementerio pre incaico, perteneciente a la fase media (600 a 1000 años d.C). Debe haber albergado como a 200 habitantes.

Estos restos evidencian la presencia de un cementerio prehistórico incaico que carece de huella artística.

El conjunto se compone de varios compartimientos cuadrangulares, de tamaño y forma irregular, encontrándose gran parte demolida.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

---

Tipo de Recurso Turístico: NATURAL N° 14

Operativa: No operativa: X

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

UBICACIÓN: OTUZCO "CARPAICO"

---



**DESCRIPCIÓN:**

Ubicado en la cima del Caserío Huacaday, a 20 km. de la ciudad de Otuzco, existen vestigios de haber sido cementerios o talleres de función cerámica.

Restos que podrían ser cementerios o talleres de fundición de cerámica, y siguiendo la cresta se llega a un primer cambio de nivel, donde existe una construcción de piedra labrada de origen incaico que tiene una puerta rectangular, una ventana trapezoidal con vista al oeste, las paredes se encuentran en buenas condiciones.

Además existe un pasadizo de 8 metros de largo y 1.5 metros de ancho, sus habitaciones están tachadas con lajas de piedra rustica.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

**FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

---

Tipo de Recurso Turístico: NATURAL N° 15



Operativa:	No operativa:	X
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"PINIT"		
UBICACIÓN:	OTUZCO	



### **DESCRIPCIÓN:**

Ubicado a 3 km. de la ciudad de Otuzco, situado entre dos caseríos, Pichampampa y El Porvenir, esta ruina pudo haber sido una pequeña urbe, es de una forma geométrica larga

con borde irregular, se aprecian pircas que dividen patios, salones o plazas, también se aprecia 14 "departamentos" y otros compartimientos. Se observa talladuras en piedra muy hermosas; de estilo único ocupa 1.5 Ha. todas las estructuras.

En la carta geográfica figura con el nombre de "Cerro Alto", bajo el cerro quedan las ruinas que desde Otuzco se divisa en la dirección de Peña Colorada.

*Nota: Elaboración propia*

## **FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS**

Tipo de Recurso Turístico:	NATURAL	N° 16
Operativa:	No operativa:	X
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
"TARCUMARCA"		
UBICACIÓN:		
OTUZCO		



#### **DESCRIPCIÓN:**

Tarcumarca se encuentra ubicado a 10.5 km. de la ciudad de Otuzco, está situado sobre el "Espolón" que baja de la cordillera del Urpillao y comprende 3 colinas que forman un conjunto macizo

de rocas, ocupa una extensión de 3.10 km<sup>2</sup>.

Tarcumarca quiere decir "Región de Venados" tarucas, fue una urbe muy reducida, dividida en dos partes, su núcleo principal está en la parte alta, conserva muchos vestigios y gran parte de los restos son exhibidos por la Biblioteca Municipal, entre ellos la "Cara del dios Tarcumarca".

*Nota: Elaboración propia*

---

### FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

**Tipo de Recurso Turístico:** NATURAL N° 17

---

Operativa: No operativa: X

---

NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:

---

UBICACIÓN: OTUZCO "EL ARCALLE"

---



#### **DESCRIPCIÓN:**

Se encuentra en la ciudad de Otuzco, en el ángulo que forma el río Pollo y el río Huangamarca, junto al cementerio por el camino a El Porvenir, los vestigios revelan haber correspondido a paredes de chozas de una aldea.

---

*Nota: Elaboración propia*

---

### FICHA DE OBSERVACIÓN DE RECURSOS TURÍSTICOS

---

<b>Tipo de Recurso Turístico:</b>	<b>NATURAL</b>	<b>N° 18</b>
Operativa:	X	No operativa:
NOMBRE DEL RECURSO TURÍSTICO:		
	"TRIGOPAMPA"	
UBICACIÓN:	TRIGOPAMPA - OTUZCO	



#### **DESCRIPCIÓN:**

Trigopampa es un caserío que encuentra ubicado al noroeste de la ciudad de Otuzco, a una distancia de 3 km, siendo el único acceso por una trocha carrozable al borde del río Pollo.

Por su cercanía se ha convertido en uno de los destinos favoritos a visitar por los turistas, que disfrutan del aire fresco de la naturaleza y se deleitan de los innumerables paisajes que ofrece, además el caserío cuenta con recreos campestres donde ofrecen los platos típicos de la región.

Trigopampa tiene gran concurrencia sobre todo el 1º de Mayo en donde la gente tiene la tradición de salir a "Florece y a recoger fortuna", además se caracteriza por ser el único caserío en donde se elaboran Tejas artesanales.

*Nota: Elaboración propia*

#### **8.4. PLANTAS TURÍSTICAS**



PLANTAS TURÍSTICAS QUE SE RELACIONAN DE MANERA DIRECTA CON EL  
TURISMO RELIGIOSO EN LA CIUDAD DE OTUZCO

<b>NOMBRE DE PLANTA TURÍSTICA</b>	<b>TIPO</b>	<b>UBICACIÓN</b>
El Pavo	Restaurant	Cal. Grau #587
Sagitario	Restaurant	Cal. Grau #787
El Farolito	Hotel / Restaurant	Cal. Libertad #158
El Sahuan	Restaurant	Cal. Progreso #817
El Nuevo Norteño	Restaurant	Cal. Bolívar #574
Las quenas	Restaurant	Cal. Tacna #749
Las piedritas	Restaurant	Cal. Grau #695
Don Sánchez	Restaurant	Cal. Bolívar #584
Sabor y Brazas	Restaurant	Cal. Progreso #785
Otuzco Querido	Restaurant	Cal. Tacna #790
Don Lucho	Restaurant	Cal. Tacna #762
Reyes	Restaurant	Cal. Tacna #765
Amistad	Restaurant	Cal. Tacna #745
El Palmero	Restaurant	Cal. Tacna #364
Angie	Restaurant	Cal. Tacna #329
San José	Hospedaje / Restaurant	Cal. Tacna #689
Los Chelos	Restaurant	Cal. Progreso #324
El Tenedor Loco	Restaurant	Cal. Grau #555
Cuchara Brava	Restaurant	Cal. Progreso #785
Virgen de Lourdes	Restaurant	Cal. Santa Rita #625
El Fogón	Restaurant	Cal. Bolivar #160

Señor Padre Eterno	<b>Restaurant</b>	<b>Cal. Grau #496</b>
Otuzco	<b>Restaurant</b>	<b>Cal. Santa Rita #484</b>
Los Portales	<b>Hostal</b>	<b>Cal. Santa Rosa #616</b>
Star	<b>Hostal</b>	<b>Cal. Nemesio Orbegoso #321</b>
Casa Blanca	<b>Hostal</b>	<b>Cal. Bolognesi #486</b>
Residencial	<b>Hospedaje</b>	<b>Cal. Progreso #653</b>
Casa Otuzco	<b>Hospedaje</b>	<b>Cal. Tacna #451</b>
Kovacs	<b>Hostal</b>	<b>Cal. Grau #607</b>
Gran Real	<b>Hotel</b>	<b>Cal. Tacna #572</b>
Hotel de Turistas	<b>Hotel</b>	<b>Cal. Grau #555</b>
Casa Andina	<b>Hostal</b>	<b>Cal. Progreso #578</b>
B.S.	<b>Hospedaje</b>	<b>Cal. Tacna #852</b>

*Nota: Elaboración propia*

## 8.6 Tablas de resultados

Tabla 8.1 Negocios existentes relacionados de manera directa con el turismo religioso – julio 2017

NEGOCIOS QUE SE VEN VINCULADOS DE MANERA DIRECTA CON EL TURISMO RELIGIOSO - 2017								
Nº	RESTAURANTS	PANADERÍAS Y PAST	BODEGAS / BAZAR	PIROTECNIA	LES / HOSTALES / HOSPED	SERVICIOS GENERALES	BARES / DISCOTECA	TRANSPORTE
1	OTUZO QUERIDO	"SANTA ROSA"	COMERCIAL D & D	LOS CHISPITAS	HOSTAL "STAR"	"CASA UNION"	BAR	TRANSP. VIRGEN DE LA PUERTA
2	DON LUCHO	CENTRAL	TIENDA/BODEGA	CREACIONES ÁV.	"MI CIELO"	JUAN MORENO AGUILAR	BAR/ TIENDA	TRANSP. SENORIAL
3	"LA VIÑA"	"MILAGRITOS"	TIENDA/BODEGA		"SAN JOSÉ"	COCHERA	BAR/CEVICHERIA "JIMMY"	TRANSP. REYNALDE LAPAZ
4	EL FAROLITO	"DOÑA POLY"	COMERCIAL "ZAVALETA"		HOTEL "B S"	"AUDIO MEGA"	"EL SAHUAN"	TRANSPORTES PACIFICO
5	EL PALMERO	BIZCOCHOS MINCHOLA	PROF. "PABLITO"		HOTEL	CORPORACION GRECIA	BAR/ TIENDA	TRANSP. TOURS ISABELITA
6	BAR RESTAURANT "ANGIE"	PANADERIA "LEONARDO"	TIENDA/BODEGA		NIDITO DE AMOR	COCHERA	"LA ESQUINITA"	No tiene nombre (individual)
7	CAFÉ / RESTAURANT	"EL EDEN"	TIENDA/BODEGA		"CASA ANDINA"	EVENTO Y LUCES	BAR BOHEMIA	No tiene nombre (individual)
8	RESTAURANT AMISTAD	DULCE BRULEE	ANGEL & ROSA		"RESIDENCIAL"	MINING CENTER PERÚ	EL SOTANO	No tiene nombre (individual)
9	RESTAURANT POLLERIA REV	"JENNY"	BODEGA "KELLY"		"COVACS"	EL TUMI PRODUCCIONES	EL ESTRIBO	No tiene nombre (individual)
10	FINA ESTAMPA	PASTELERIA "LEONARDO"	BODEGA "ROSITA"		"LOS PORTALES"	SONIDO EXTASIS	BAR	No tiene nombre (individual)
11	CRISTO REY	Sin nombre	TIENDA/BODEGA		HOSPEDAJE "MOMENTOS"	ESPERANZA SANDOVAL VALLE		No tiene nombre (individual)
12	CHELOS	Sin nombre	TIENDA/BODEGA		HOSPEDAJE "EL COMERCIO"	MULTISERVICIOS ISA		No tiene nombre (individual)
13	SABORY SAZÓN	Sin nombre	KIARITA NOVEDADES		HOSPEDAJE "CASA OTUZO"	ARTESANIA SENORIAL S.A.C		No tiene nombre (individual)
14	RESTAURANT Y PARRILLAS	Sin nombre	NOVEDADES "NELI"		HOSPEDAJE "RESIDENCIAL"	EL BUEN AMIGO		
15	CUCHARA BRAVA		TIENDA/BODEGA		HOTEL GRAN REAL	GRIFO		
16	"CORAZON DE JESUS"		BODEGA FLOR		CASA BLANCA	MULTISERVICIOS S.A		
17	EL PAVO		TIENDA/BODEGA		EL FAROLITO	MULTISERVICIOS "VILCA"		
18	EL TENEDOR LOCO		TIENDA/BODEGA		HOTEL DE TURISTAS	NDA SHOW ESPECTACULO "SOUND OTUZO CANO"		
19	EL NUEVO NORTEÑO		TIENDA/BODEGA			SERVICENTRO YOSVELI E.I.R.L		
20	SABORY BRAZAS		TIENDA/BODEGA			MOTOCENTRO BENITES		
21	EL VIRGEN DE LOURDES		ANITA R.			BANDA DE MUSICOS "OTUZO STAR"		
22	LAS PIEDRITAS		TIENDA/BODEGA			SERVICIO DE SONIDO		
23	"EL DURAZNITO"		TIENDA/BODEGA			GRIFO SAN CARLOS		
24	SAGITARIO		TIENDA/BODEGA					
25	"EL TUMBESINO"		TIENDA/BODEGA					
26	SABOR OTUZO CANO		TIENDA/BODEGA					
27	CEVICHERIA		TIENDA/BODEGA					
28	DON SANCHEZ		TIENDA "DEZA"					
29		COMERCIAL "CARRANZA"	TIENDA/BODEGA					
40		TIENDA/BODEGA						
41		TIENDA/BODEGA						
42		TIENDA/BODEGA						
43		TIENDA/BODEGA						
44		TIENDA/BODEGA						
45		TIENDA/BODEGA						
46		TIENDA/BODEGA						
47		TIENDA/BODEGA						
48		TIENDA/BODEGA						
49		TIENDA/BODEGA						
50		"EL DURAZNITO"						
51		TIENDA/BODEGA						
52		BAZAR						
53		BAZAR						
54		LACTEOS "LA SANGALPAMPINA"						
55		LACTEOS "LA OTUZO CANITA"						
56		TIENDA						
57		MARCIMEX						
58		DISTRIBUIDORA "MENDEZ"						
59		TIENDA						
60		DISTRIBUIDORA "CESARIS"						
61		"ASTROMELIAS II"						
62		COMERCIAL "BRICEÑO"						
63		"IRPA JAQUI"						
64		CRIS AL						
65		COMERCIAL "ALEX"						
66		NOVEDADES "MAJA"						
67		FUENTE DE SODA "MILAGRITOS"						
68		TIENDA/BODEGA						
69		NOVEDADES SHADIA						
TOTAL:	28	14	69	2	18	22	10	12
								175

**Tabla 8.2 Negocios existentes relacionados de manera directa con el turismo religioso – 2015**

NEGOCIOS QUE SE VEN VINCULADOS DE MANERA DIRECTA CON EL TURISMO RELIGIOSO - 2015								
N°	RUBRO							
	RESTAURANTS	PANADERÍAS Y PAS	BODEGAS / BAZAR	PIROTECNIA	LES / HOSTALES / HOSPEDAJE	SERVICIOS GENERALES	ARES / DISCOTEC	TRANSPORTE
1	OTUZCO QUERIDO	"SANTA ROSA"	COMERCIAL D & D	LOS CHISPITAS	HOSTAL "STAR"	"CASA UNIÓN"	BAR	ANSP. VIRGEN DE LA PUERTA
2	DON LUCHO	CENTRAL	TIENDA/BODEGA	CREACIONES ÁVA	"MI CIELO"	JUAN MORENO AGUILAR	BAR/ TIENDA	TRANSP. SEÑORIAL
3	"LA VIÑA"	"MILAGRITOS"	TIENDA/BODEGA		"SAN JOSÉ"	COCHERA	BAR/CEVICHERIA "JIMM"	TRANSP. REYNA DE LAPAZ
4	EL FAROLITO	"DOÑA POLY"	COMERCIAL "ZAVALETAS"		HOTEL "B.S"	"AUDIO MEGA"	"EL SAHUAN"	TRANSPORTES PACIFICO
5	EL PALMERO	BIZCOCHOS MINCHOLA	PROF. "PABLITO"		HOTEL	CORPORACIÓN GRECIA	BAR/ TIENDA	TRANSP. TOURS ISABELITA
6	BAR RESTAURANT "ANGIE"	PANADERIA "LEONARDO"	TIENDA/BODEGA		NIDITO DE AMOR	EVENTO Y LUCES	"LA ESQUINITA"	
7	CAFÉ / RESTAURANT	"EL EDEN"	TIENDA/BODEGA		"CASA ANDINA"	EL TUMI PRODUCCIONES	EL SOTANO	
8	RESTAURANT AMISTAD	DULCE BRULEE	ANGEL & ROSA		"RESIDENCIAL"	SONIDO EXTASIS	EL ESTRIBO	
9	RESTAURANT POLLERÍA REYES	"JENNY"	BODEGA "KELLY"		"COVACS"	ESPERANZA SANDOVAL VALLE		
10	FINA ESTAMPA	PASTELERIA "LEONARDO"	BODEGA "ROSITA"		"LOS PORTALES"	MULTISERVICIOS ISA		
11	CRISTO REY		TIENDA/BODEGA		HOSPEDAJE "EL COMERCIO"	ARTESANIA SEÑORIAL S.A.C		
12	CHELOS		TIENDA/BODEGA		HOSPEDAJE "CASA OTUZCO"	EL BUEN AMIGO		
13	SABOR Y SAZÓN		KIARITA NOVEDADES		HOSPEDAJE "RESIDENCIAL"	GRIFO SAN CARLOS		
14	RESTAURANT Y PARRILLAS MESA 6		NOVEDADES "NELI"		CASA BLANCA	MULTISERVICIOS S.A		
15	CUCHARA BRAVA		TIENDA/BODEGA		EL FAROLITO	MULTISERVICIOS "VILCA"		
16	"CORAZÓN DE JESÚS"		BODEGA FLOR		HOTEL DE TURISTAS	NDA SHOW ESPECTÁCULO "SOUND OTUZCANO"		
17	EL PAVO		TIENDA/BODEGA			MOTOCENTRO BENITES		
18	EL NUEVO NORTEÑO		TIENDA/BODEGA			BANDA DE MUSICOS "OTUZCO STAR"		
25			TIENDA/BODEGA					
26			TIENDA/BODEGA					
27			TIENDA/BODEGA					
28			TIENDA "DEZA"					
29			TIENDA/BODEGA					
30			LA AMISTAD					
31			TIENDA/BODEGA					
32			TIENDA/BODEGA					
33			TIENDA/BODEGA					
34			TIENDA/BODEGA					
35			TIENDA/BODEGA					
36			TIENDA/BODEGA					
37			COMERCIAL "CRUZ BLANCA"					
38			TIENDA/BODEGA					
39			TIENDA/BODEGA					
40			COMERCIAL "CARRANZA"					
41			TIENDA/BODEGA					
42			TIENDA/BODEGA					
43			TIENDA/BODEGA					
44			TIENDA/BODEGA					
45			TIENDA/BODEGA					
46			TIENDA/BODEGA					
47			BAZAR					
48			TIENDA					
49			MARCIMEX					
50			DISTRIBUIDORA "MENDEZ"					
51			TIENDA					
52			DISTRIBUIDORA "CESARIS"					
53			"ASTROMELIAS II"					
54			COMERCIAL "BRICEÑO"					
55			"IRPAJAQUI"					
56			COMERCIAL "ALEX"					
57			NOVEDADES "MAJA"					
58			FUENTE DE SODA "MILAGRITOS"					
59			TIENDA/BODEGA					
60			NOVEDADES SHADIA					
TOTAL:	24	10	61	2	16	25	8	5
								151

**Tabla 8.3 Ventas mensuales por rubro de negocio.**

	MENOS DE S/. 1,000	DE S/. 1,001 a S/. 3,000	DE S/. 3,001 a S/. 5,000	DE S/. 5,001 a S/. 7,000	DE S/. 7,001 a S/. 9,000.00	DE S/. 9,001 a S/. 11,000	S/. 11,001 a más
ALOJAMIENTO						12	
AMBULANTE	4						
BANDA DE MÚSICO Y SONIDO				8			
BAZAR		5					
BODEGA			2				
COCHERA			1				
DISCOTECA				2			
EMP. TRANSPORTE						3	
ENSERES RELIGIOSOS	9						
FUENTE DE SODA		1					
HELADERÍA		1					
LICORERÍA			2				
MULTISERVICIOS			3				
PANADERÍA				12			
PIROTÉCNICOS		2					
RESTAURANTE					22		

**Tabla 8.4 Ventas en las festividades religiosas por rubro de negocio.**

	MENOS DE S/. 1,000	DE S/. 1,001 a S/. 3,000	DE S/. 3,001 a S/. 5,000	DE S/. 5,001 a S/. 7,000	DE S/. 7,001 a S/. 9,000.00	DE S/. 9,001 a S/. 11,000	S/. 11,001 a más
ALOJAMIENTO							12
AMBULANTE		4					
BANDA DE MÚSICO Y SONIDO							8
BAZAR				5			
BODEGA					2		
COCHERA				1			
DISCOTECA						2	
EMP. TRANSPORTE							3
ENSERES RELIGIOSOS				9			
FUENTE DE SODA			1				
HELADERÍA				1			
LICORERÍA							2
MULTISERVICIOS						3	
PANADERÍA							
PIROTÉCNICOS						2	
RESTAURANTE							22

**Tabla 8.5 Base de datos de resultados de la variable Turismo Religioso**

TURISMO RELIGIOSO															
OS PSICOGRÁFICOS			DEMANDA TURÍSTICA												
Procedencia	P4	P5	DATOS DEMOGRÁFICOS												
			P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		
1	Trujillo	estudiante	2	1	2	2	2	2	25 soles	1	1,3	2	1	2	
2	Trujillo	estudiante	2	1	2	2	3	4	150 soles	2	4,6	1,2	1	2	
3	Trujillo	Administrador	2	7	3	1	3	6	100 soles	2	6,7	1,2,4	1	1,4	
4	Trujillo	programador	2	2	2	1	3	8	50 soles	2	5	1	1	1	
5	Trujillo	Ingeniero	2	6	2	1	3	8	50 soles	2	4,5,6	1,2,3,4	1	1,3,4	
6	Trujillo	Independiente	2	1	2	2	3	2	70 soles	2	5	3	2	1	
7	Trujillo	Abogado	3	2	1	1	3	8	200 soles	2	2,4,6	2,3	2	4,5	
8	Trujillo	Administrador	2	2	3	1	3	4	20 soles	2	6	1	1	8	
9	Trujillo	estudiante	1	2	2	1	2	7	300 soles	2	4,5	1,2	1	1	
10	Trujillo	Administrador	2	6	2	2	3	4	90 soles	2	6	1,3,4	2	1,3,5,8	
11	Trujillo	estudiante	3	7	2	1	3	8	200 soles	1	6	1	1	4	
12	Chiclayo	Ingeniero	3	1	1	2	3	8	30 soles	2	5	1	1	1	
13	Trujillo	Administrador	2	2	2	1	3	8	150 soles	1	2	4	1	8	
14	Trujillo	estudiante	1	7	3	1	2	4	50 soles	1	6	1,4	1	1,8	
15	Trujillo	estudiante	2	2	1	1	3	7	150 soles	2	2,6	1	1	7	
16	Chimbote	contadora	4	1	2	2	2	8	50 soles	2	1,6	5	2	1	
17	Trujillo	Árbitro	3	2	1	1	3	1	200 soles	1	2,5,6	2,3	1	3,5,8	
18	Trujillo	estudiante	1	6	3	2	3	5	70 soles	2	4,6	3,5	2	8	
19	Trujillo	Ama de casa	1	1	3	2	3	6	100 soles	2	4,6	4	1	4,8	
20	Trujillo	estudiante	1	7	3	2	2	2	20 soles	2	6	3,4	2	5,6	
21	Juanjui	estudiante	1	6	1	2	2	1	20 soles	3	4	1	1	3	
22	Chimbote	biólogo	4	2	1	1	3	8	300 soles	2	4,6	2,3,4,5	2	4	
23	Trujillo	obstetra	3	7	4	1	3	2	300 soles	1	7	3	2	4	
24	Trujillo	estudiante	2	4	4	1	3	8	100 soles	2	5	5	2	3,4	
25	Trujillo	farmacéutica	1	1	2	2	3	1	500 soles	1	6	1	1	1,8	
26	Trujillo	Ingeniero	4	2	3	1	2	8	120 soles	2	2,4,6	2,4	1	8	
27	Trujillo	Técnico civil	1	6	2	3	3	1	150 soles	2	6	4,5	1	1,8	
28	Chiclayo	estudiante	1	4	2	2	2	4	50 soles	2	1	1,2	2	8	
29	Trujillo	estudiante	1	2	3	2	3	8	100 soles	2	4,6	1	1	8	
30	Trujillo	estudiante	2	5	1	1	2	7	50 soles	2	8	2	1	8	
31	Trujillo	Técnico civil	2	6	2	2	2	8	60 soles	2	4	1	1	3	
32	Trujillo	Ingeniero	3	2	1	2	2	8	100 soles	1	6	1,2,3	1	4,8	
33	Trujillo	estudiante	1	4	4	1	3	1	30 soles	1	6	1	1	1	
34	Cajabamba	comerciante	1	2	2	2	3	8	150 soles	2	2,6	1,2	1	8	
351	Trujillo	Árbitro	3	2	1	1	3	1	200 soles	1	2,5,6	2,3	1	3,5,8	
352	Trujillo	estudiante	1	6	3	2	3	5	70 soles	2	4,6	3,5	2	8	
353	Trujillo	Ama de casa	1	1	3	2	3	6	100 soles	2	4,6	4	1	4,8	
354	Trujillo	estudiante	1	7	3	2	2	2	20 soles	2	6	3,4	2	5,6	
355	Juanjui	estudiante	1	6	1	2	2	1	20 soles	3	4	1	1	3	
356	Chimbote	biólogo	4	2	1	1	3	8	300 soles	2	4,6	2,3,4,5	2	4	
357	Trujillo	obstetra	3	7	4	1	3	2	300 soles	1	7	3	2	4	
358	Trujillo	estudiante	2	4	4	1	3	8	100 soles	2	5	5	2	3,4	
359	Trujillo	farmacéutica	1	1	2	2	3	1	500 soles	1	6	1	1	1,8	
360	Trujillo	Ingeniero	4	2	3	1	2	8	120 soles	2	2,4,6	2,4	1	8	
361	Trujillo	Técnico civil	1	6	2	3	3	1	150 soles	2	6	4,5	1	1,8	
362	Chiclayo	estudiante	1	4	2	2	2	4	50 soles	2	1	1,2	2	8	
363	Trujillo	estudiante	1	2	3	2	3	8	100 soles	2	4,6	1	1	8	
364	Trujillo	estudiante	2	5	1	1	2	7	50 soles	2	8	2	1	8	
365	Trujillo	Abogado	3	2	1	1	3	8	200 soles	2	2,4,6	2,3	2	4,5	
366	Trujillo	Administrador	2	2	3	1	3	4	20 soles	2	6	1	1	8	
367	Trujillo	estudiante	1	2	2	1	2	7	300 soles	2	4,5	1,2	1	1	
368	Trujillo	Administrador	2	6	2	2	3	4	90 soles	2	6	1,3,4	2	1,3,5,8	
369	Trujillo	estudiante	3	7	2	1	3	8	200 soles	1	6	1	1	4	
370	Chiclayo	Ingeniero	3	1	1	2	3	8	30 soles	2	5	1	1	1	
371	Trujillo	Administrador	2	2	2	1	3	8	150 soles	1	2	4	1	8	
372	Trujillo	estudiante	1	7	3	1	2	4	50 soles	1	6	1,4	1	1,8	
373	Trujillo	estudiante	2	2	1	1	3	7	150 soles	2	2,6	1	1	7	
374	Chimbote	contadora	4	1	2	2	2	8	50 soles	2	1,6	5	2	1	
375	Trujillo	Árbitro	3	2	1	1	3	1	200 soles	1	2,5,6	2,3	1	3,5,8	
376	Trujillo	estudiante	1	6	3	2	3	5	70 soles	2	4,6	3,5	2	8	
377	Trujillo	Ama de casa	1	1	3	2	3	6	100 soles	2	4,6	4	1	4,8	
378	Trujillo	estudiante	1	7	3	2	2	2	20 soles	2	6	3,4	2	5,6	
379	Juanjui	estudiante	1	6	1	2	2	1	20 soles	3	4	1	1	3	
380	Chimbote	biólogo	4	2	1	1	3	8	300 soles	2	4,6	2,3,4,5	2	4	
381	Trujillo	obstetra	3	7	4	1	3	2	300 soles	1	7	3	2	4	
382	Trujillo	estudiante	2	4	4	1	3	8	100 soles	2	5	5	2	3,4	
383	Trujillo	farmacéutica	1	1	2	2	3	1	500 soles	1	6	1	1	1,8	
384	Trujillo	Ingeniero	4	2	3	1	2	8	120 soles	2	2,4,6	2,4	1	8	

Tabla 8.6 Base de datos de resultados de la variable Emprendimiento

	ACTIVIDAD EMPRENDEDORA															ACTITUDES HACIA EL EMPRENDIMIENTO																	ASPIRACIONES EMPRENDEDORAS														
ARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIANT							CARACTERÍSTICAS DEL NEGOCIO																																								
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8					
1	4	1	OTUZO	2	2	2		POLLERIA SAN JOSÉ	2	10 AÑOS	1	2	2	1,3,4	3	1	1	3	4	2	3	4	2	3	4	2	2	4	4	4	3	3	3	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	OTUZO	4	2	1		DISTRIBUIDORA LUCIANA	1	8 MESES	1	2	3	1,2	4	4	1	4	4	2	4	3	3	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	3	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	1	1
3	4	2	OTUZO	2	2	2		SNAC BAR SALINAS	2	13 AÑOS	1	2	1	1	1	1	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	
4	1	1	PACHIN	1	1	2		REST. EL SAGITARIO	2	25 AÑOS	3	2	4	1,3	1	2	2	4	5	5	4	2	2	3	2	1	2	4	2	4	2	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	
5	2	2	CHARAT	1	1	1		EL ARUVA	2	4 AÑOS	1	1	2	1,2	4	4	2	4	4	5	4	2	2	4	2	1	2	4	2	4	2	4	4	4	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2		
6	4	1	TRIGOPAM	1	1	2		NO TIENE	1	2 AÑOS	1	1	1	1	4	4	2	5	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	2	1		
7	2	1	OTUZO	1	1	1		NO TIENE	2	5 AÑOS	1	1	2	1	1	2	1	4	4	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	3	4	4	4	5	1	1	1	1	1	1	2	1	2	2			
8	3	1	OTUZO	1	2	1		NO TIENE	1	7 AÑOS	1	1	2	1	1	2	1	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	2	2	1	5	4	5	1	2	2	1	1	2	1	2	1	2	1		
9	1	1	BELLAVISTA	5	1	2		NO TIENE	2	10 MESES	1	1	2	1,4	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4	1	4	4	2	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1		
10	2	1	COINA	3	2	2		NO TIENE	1	1 AÑO	1	1	2	1,3,5	4	2	3	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1		
11	2	2	OTUZO	4	2	1		VIDEOS EL TUMI	1	24 AÑOS	2	2	4	1,4	1	1	2	4	4	4	1	2	2	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	
12	1	1	OTUZO	2	2	1		DIMEPSA	3	25 AÑOS	1	2	4	1,2	1	2	1	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	4	4	4	2	3	4	5	1	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1		
13	3	2	CARNACHI	1	1	2		PANCITO DON REJUMER	3	8 AÑOS	1	1	4	1,4	1	1	1	5	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	2	1	2	2	2	2	2		
14	1	1	OTUZO	3	1	1		PINKETT	1	2 AÑOS	1	1	3	2	2	2	2	4	5	4	3	2	4	3	3	2	4	4	4	3	3	3	4	5	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1		
15	2	2	CARABAME	3	1	2		D' SANCHEZ	1	5 AÑOS	1	2	4	1,4	1	1	2	5	5	5	4	3	5	5	1	4	3	1	1	4	1	5	5	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
16	3	2	POLLO	2	1	1		PANADERIA LUCHITA	3	15 AÑOS	1	1	3	1,4	1	1	1	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2		
17	2	1	OTUZO	2	1	1		PANADERIA ROSA	2	2 AÑOS	1	1	3	1,4	2	2	1	2	1	3	1	2	2	2	1	1	2	4	4	2	2	4	5	1	1	2	1	1	1	1	2	1	2	1	2		
18	2	1	OTUZO	2	2	1		ARTESANIA EL MOTUPAN	1	13 AÑOS	2	1	1	1	4	4	2	4	3	1	1	3	3	3	2	2	4	4	4	4	2	2	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
19	3	2	SULLANA	2	1	1		NO TIENE	1	15 AÑOS	1	1	2	1	4	4	1	3	3	5	4	2	2	3	4	3	4	3	3	2	3	2	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1	1		
20	2	1	OTUZO	2	2	1		NO TIENE	1	10 AÑOS	2	1	1	1	4	4	2	4	3	1	1	1	3	3	3	2	2	4	4	4	2	2	4	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2		
21	3	2	TRUJILLO	2	1	1		NO TIENE	1	15 AÑOS	1	1	1	1	4	4	1	3	3	5	4	2	2	3	4	3	1	3	3	2	3	2	3	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	1			
22	3	2	TRIGOPAM	2	1	1		PANADERIA SAN ISIDRO	1	6 AÑOS	1	1	3	1,4	1	1	1	4	4	4	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	1	4	1	4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2		
23	2	1	OTUZO	1	2	1		PANADERIA DON LUIS	1	10 AÑOS	1	1	2	1,4	2	1	1	1	1	4	4	5	2	5	4	2	4	4	4	2	4	5	5	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1		
64	2	1	OTUZO	3	1	1		NOVEDADES DIANA	1	8 AÑOS	3	2	3	1,4	2	3	3	4	4	4	1	2	2	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4	1	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2		
65	3	1	OTUZO	2	2	1		HOTEL EL FAROLITO	1	16 AÑOS	1	2	3	1,4	1	1	3	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	4	4	4	2	3	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
66	3	2	OTUZO	3	1	4		HOTEL DE TURISTAS	2	5 AÑOS	2	2	4	1,4	1	3	1	5	4	4	5	4	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2		
67	5	2	MACHIGON	2	1	2		AUDIO MEGA	1	4 AÑOS	1	2	3	1,2	3	2	1	4	5	4	3	2	4	4	3	3	2	4	4	3	3	3	4	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
68	3	1	SANCHIQUI	2	1	1		HOSTAL CASA BLANCA	1	4 AÑOS	1	2	3	1,4	1	3	3	5	5	5	4	3	5	5	1	4	3	1	1	4	1	5	5	5	1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	1		
69	4	1	OTUZO	2	2	2		HOSPEDAJE RESIDENCIAL	1	17 AÑOS	3	2	3	1,4	1	3	3	4	4	2	2	3	4	4	3	1	4	3	3	3	4	4	5	1	2	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1		
70	3	2	OTUZO	2	2	1		HOSPEDAJE CASA OTUZO	1	18 AÑOS	1	2	2	1,4	1	3	3	3	3	3	3	4	4	1	1	1	3	3	3	3	3	4	4	4	1	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2		
71	4	2	OTUZO	3	1	1		HOSPEDAJE LOS PPORTAL	2	20 AÑOS	1	2	4	1,4	1	1	1	3	3	3	3	4	4	1	3	1	4	4	3	2	3	3	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2		
72	3	2	OTUZO	3	1	1		HOTEL KOVACS	1	3 AÑOS	1	2	4	1,4	1	1	1	4	5	5	4	2	2	3	2	1	2	4	2	4	2	4	4	4	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1		
73	4	1	OTUZO	2	2	1		HOSPEDAJE SAN JOSE	1	8 AÑOS	1	2	3	1,4	1	3	3	4	4	5	4	2	2	4	2	1	2	4	2	2	4	4	4	4	1	1	2	2	2	1	2	2	2	2	2		
74	3	2	OTUZO	2	1	2		HOSPEDAJE CASA ANDINA	1	16 AÑOS	3	2	3	1,4	1	2	1	5	5	5	4	4	4	2	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2		
75	4	2	OTUZO	3	1	1		HOTEL GRAN REAL	1	15 AÑOS	1	2	3	1,4	1	2	1	4	4	4	5	2	4	2	2	2	4	4	2	3	4	4	4	4	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2			
76	3	2	TRUJILLO	4	2	1		HOTEL B.S.	1	2 AÑOS	2	2	4	1,4	1	3	1	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	4	2	2	1	5	4	5	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1		
77	2	1	OTUZO	3	1	1		RESTAURANT EL FAROLITO	1	10 AÑOS	2	2	4	1,2	1	3	3	4	4	5	4	4	4	4	1	4	4	2	2	4	4	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
78	2	1	PARANDAY	3	1	1		RESTAURANT LAS PIEDRIT	1	11 MESES	1	2	3	1,2	2	2	2	4	2	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2		
79	5	1	OTUZO	2	1	1		RESTAURANT OTUZO	1	20 AÑOS	1	2	3	1,4	1	3	3	4	4	4	1	2	2	4	3	2	2	4	4	4	2	2	4	4													



## Evidencias fotográficas



